

Praktik Jual Beli *Multi Level Marketing* Oriflame Perspektif *Maqāṣid al-Syarī'ah* dan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009

Dhea Firnanda¹, Nurul Isna Faizatul Munna², Agus Eko Sujianto³, Zulfatun Ni'mah⁴

¹UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: dheafnd99@gmail.com

²UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: nrlisna27@gmail.com

³UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: agusekosujianto@gmail.com

⁴UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: zulfa_ma@yahoo.com

Histori Naskah

Diserahkan:
22-11-2025

Direvisi:
13-12-2025

Diterima:
31-12-2025

ABSTRACT

The proliferation of scams disguised as Multi-Level Marketing (MLM) in Indonesia has raised public doubts about the legitimacy of MLM practices, including Oriflame, from the perspective of Islamic law. This indicates the need for a deeper study to assess the compatibility of Oriflame's MLM business mechanism with maqasid al-syariah and Fatwa DSN MUI No. 75 of 2009. This article is composed using a qualitative approach involving in-depth interviews and observations. Based on the research conducted, the mechanism of Oriflame's MLM practice begins with registering as an Oriflame reseller, promoting Oriflame products through social media, recruiting members or resellers, and developing downlines through training and sales tools. Oriflame's MLM practice involves reseller registration, product promotion via social media, member recruitment, and downline development through training. This system is halal and compliant with Sharia because it fulfills the maqasid syariah (hifz ad-din, al-nafs, al-aql, al-nasl, al-mal). In accordance with MUI Fatwa No. 75/2009, it meets 12 Sharia requirements, including real sale objects, halal certification, transactions without fraud/fixed prices, commissions from real sales/recruitment without ighra'/coercion, unpaid recruitment, downline development, and not being a money game.

Keywords : Multi Level Marketing (MLM); Oriflame; Maqasid Syariah; Fatwa DSN MUI

ABSTRAK

Fenomena maraknya penipuan berkedok Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia menimbulkan keraguan masyarakat terhadap keabsahan praktik MLM, termasuk Oriflame, dalam perspektif hukum Islam. Hal ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam untuk menilai kesesuaian mekanisme bisnis MLM Oriflame dengan maqasid al-syariah dan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009. Artikel ini disusun dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara, mendalam, dan observasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, mekanisme praktik MLM Oriflame dimulai dari mendaftarkan diri sebagai reseller oriflame, melakukan promosi produk oriflame melalui sosial media, melakukan perekrutan anggota atau reseller, dan melakukan pengembangan untuk downline berupa training dan tools penjualan. Praktik MLM Oriflame melibatkan pendaftaran reseller, promosi produk via media sosial, perekrutan anggota, dan pengembangan downline melalui pelatihan. Sistem ini halal dan sesuai syariah karena memenuhi maqasid syariah (hifz ad-din, al-nafs, al-aql, al-nasl, al-mal). Sesuai Fatwa MUI No. 75/2009, ia memenuhi 12 persyaratan syariah, termasuk objek penjualan riil, bersertifikat halal, transaksi tanpa penipuan/harga tetap, komisi dari penjualan/perekrutan nyata tanpa ighra'/pemerasan, perekrutan tidak berbayar, pembinaan downline, dan bukan money game.

Kata Kunci : Multi Level Marketing (MLM); Oriflame; Maqasid Syariah; Fatwa DSN MUI

Corresponding Author : Dhea Firnanda, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia, e-mail: dheafnd99@gmail.com

PENDAHULUAN

Di Indonesia, keberadaan sejumlah perusahaan Multi Level Marketing (MLM) kerap menjadi perhatian pemerintah, terutama karena munculnya dugaan praktik yang merugikan konsumen serta tidak sesuai dengan aturan yang berlaku. Salah satu perusahaan yang terkenal dengan sistem MLM adalah Oriflame yang menarik minat banyak kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga ibu rumah tangga, untuk bergabung sebagai anggotanya. Kegiatan usahanya meliputi perancangan, pengembangan, produksi, dan pemasaran global berbagai produk, seperti perlengkapan dan perawatan kecantikan, *make-up*, *parfume*, perawatan kulit, rambut, dan tubuh, serta produk aksesoris dan kesehatan. (ROHMAH, t.t.)

Maraknya kasus penipuan yang berkedok bisnis MLM, seperti penawaran alat kesehatan atau rekrutmen kerja palsu, turut memperburuk citra sistem ini di mata masyarakat. Meskipun demikian, di sisi lain masih terdapat individu yang merasakan manfaat ekonomi dari model bisnis tersebut. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai hukum MLM dalam perspektif hukum Islam. (Nuranisa & Jannah, 2024)

Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk meminimalkan persoalan tersebut ialah dengan memastikan bahwa aktivitas bisnis MLM berjalan selaras dengan tujuan dasar dalam hukum Islam, yaitu *Maqasid Syariah*. Konsep *Maqasid Syariah* memuat seperangkat prinsip yang berfungsi menjaga agar mekanisme ekonomi Islam tetap berada dalam koridor etika serta berpihak pada kemaslahatan publik. Dalam kerangka ini, *Maqasid Syariah* menegaskan lima pilar utama yang harus dilindungi: keyakinan atau agama (*hifz ad-din*), keselamatan jiwa (*hifz an-nafs*), kemampuan akal (*hifz al-'aql*), keberlangsungan keturunan (*hifz an-nasl*), serta kepemilikan harta (*hifz al-mal*). Dalam konteks ekonomi Islam, kelima prinsip ini menjadi pedoman agar kegiatan ekonomi, termasuk sistem MLM, tidak semata-mata mengarah pada profit materi, namun juga memperhatikan aspek sosial, moral, dan spiritual. Dengan demikian, penerapan *Maqasid Syariah* dapat menjadi solusi atas berbagai problematika yang muncul dalam praktik MLM, sehingga sistem bisnis tersebut dapat dijalankan berdasarkan prinsip kemaslahatan (*maslahah*) dan terhindar dari segala bentuk kemudharatan yang berpotensi merugikan masyarakat. (Algifari & Andriani, 2024)

Di samping itu, pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) menetapkan Fatwa Nomor 75 yang memuat pedoman mengenai praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Penerbitan fatwa ini bertujuan untuk memberikan panduan yang tegas dan terarah bagi para pelaku bisnis MLM agar kegiatan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip syariah Islam. Lahirnya fatwa tersebut dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan praktik penjualan berjenjang yang hadir dengan berbagai bentuk dan inovasi di tengah masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan adanya regulasi yang menegaskan batasan sesuai ketentuan syariah agar sistem penjualan ini tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat, terbebas dari unsur-unsur yang dilarang, serta dapat dioperasikan berdasarkan prinsip ekonomi Islam. (Sam dkk., 2014)

Penelitian terdahulu oleh Ismail (Ismail, t.t.) telah menganalisis penjualan produk pada oriflame menurut hukum islam dan hukum positif. Kemudian penelitian oleh Faizatur (Faizatur, 2022) juga menganalisis penjualan produk pada oriflame menurut Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009. Penelitian oleh Siti Faizatur Rohmah (ROHMAH, n.d.) menganalisis secara mendalam strategi pemasaran produk bisnis Oriflame yang dilakukan oleh Nads Beauty Community dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian oleh Azifatul Azifah (Azifah, 2021) menganalisis tentang bagaimana Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah dalam pemasaran bisnis Oriflame. Sementara penelitian oleh Jean Richard Jokhu dan Lorenzo Ricsamana Sawatō Telaumbanua (Jokhu & Telaumbanua, 2022) menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja

Oriflame Indonesia sebagai perusahaan MLM melalui VRIO, Porter's Five Forces, dan SWOT. Penelitian oleh Muhammad Alwan Hasyim (HASYIM, n.d.) menganalisis pandangan hukum ekonomi syariah terhadap praktek Oriflame melalui sistem bisnis MLM di Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera Cabang Mataram.

Penelitian terdahulu tersebut sebagian besar menganalisis aspek hukum dan kepatuhan syariah, seperti penilaian praktik penjualan menurut hukum Islam, hukum positif, dan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, serta analisis strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam. Sementara satu penelitian lainnya membahas kinerja Oriflame melalui analisis internal-eksternal. Berbeda dengan penelitian ini yang secara khusus menilai praktik jual beli MLM Oriflame berdasarkan Maqasid al-Syariah sekaligus Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, sehingga memberikan penilaian syariah yang lebih komprehensif dan mendalam.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji praktik jual beli MLM Oriflame tidak hanya dari sisi kepatuhan terhadap Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009, tetapi juga meninjau lebih dalam lagi tentang aspek di dalamnya serta implementasinya melalui perspektif *Maqasid al-Syariah* untuk menilai sejauh mana kegiatan tersebut benar-benar mencerminkan nilai keadilan, kemaslahatan, dan perlindungan terhadap konsumen secara menyeluruh.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis praktik jual beli dalam Multi Level Marketing (MLM) Oriflame, penerapan prinsip-prinsip *Maqasid al-Syariah* dalam praktik jual beli MLM Oriflame, dan praktik MLM menurut Perspektif Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009. Ketiga tujuan penelitian tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu bagaimana praktik jual beli dalam Multi Level Marketing (MLM) Oriflame, bagaimana penerapan prinsip-prinsip *Maqasid al-Syariah* dalam praktik jual beli MLM Oriflame, dan bagaimana praktik MLM menurut Perspektif Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku bisnis MLM agar berjalan sesuai Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 dan *Maqasid al-Syariah*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berpijak pada pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan secara alamiah terhadap suatu subjek pada objek yang diamati, memahami secara langsung fenomena apa yang dialami atau yang terjadi dilapangan dengan cara berinteraksi langsung ditempat penelitian.(Eko, 2015)

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non partisipatif, dan dokumentasi yang bertujuan melakukan telaah secara lebih mendalam bagaimana praktik jual beli multi level marketing oriflame. Peneliti melakukan wawancara kepada empat narasumber yakni anggota oriflame, melakukan observasi langsung pelaksanaannya, serta melakukan studi dokumentasi yang berkaitan dengan Maqasid al-Syariah dan Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009.

Temuan lapangan lalu dianalisis dengan teknik pengolahan data yang sesuai. Menurut Miles and Huberman(Huberman & Miles, 1992), dengan model interaktif yang memiliki 3 komponen yaitu proses analisis data dilakukan secara bertahap melalui tiga tahap. utama, yakni pengurangan data, penyusunan informasi secara sistematis, serta penarikan dan pengecekan kembali kesimpulan. Rangkaian langkah tersebut diterapkan untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu menggambarkan praktik transaksi dalam sistem Multi Level Marketing (MLM) Oriflame, menelaah kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip maqāsid al-syarī'ah, serta menilai praktik jual belinya berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktik jual beli dalam Multi Level Marketing (MLM) Orifalme

Jual beli dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran suatu aset dengan aset lainnya, yang dilakukan melalui mekanisme dan ketentuan khusus yang berlaku. Aset yang dimaksud merujuk pada benda atau nilai yang secara alami diinginkan oleh manusia dan mampu memberikan keuntungan yang diperlukan. Oleh karena itu, sesuatu dapat dikategorikan sebagai aset jika memiliki nilai manfaat dan manfaat tersebut diperbolehkan menurut syariat Islam. Aset tersebut bisa berupa komoditas atau barang, maupun dalam bentuk mata uang. Menurut Ahmad Sarawat, jual beli merupakan aktivitas pertukaran antarbarang maupun antara barang dan uang di mana kepemilikan hak dari satu pihak dialihkan ke pihak lain berdasarkan kesepakatan bersama yang saling sukarela. (Nurfritri dkk., 2023)

Praktik penjualan oriflame mekanisme yakni, *Pertama*, jika melakukan pembelian melalui reseller maka konsumen perlu memesan produk yang diinginkan. Kemudian untuk menjadi *reseller* MLM Oriflame, dalam hal ini narasumber Isna menjelaskan untuk bergabung menjadi *brand partner* atau *reseller* dikenai biaya sebesar Rp. 75.000-, namun juga tidak memerlukan pengeluaran biaya atau free, karena kak Isna melakukan penjualan produk yang mana hasil penjualan atau keuntungan tersebut bisa menutup biaya pendaftaran apabila berminat menjadi *reseller*, jika hanya *member (vip customer)* tidak memerlukan biaya sedikitpun. Sama dengan narasumber Nova dan narasumber Lindra mereka mengungkapkan bahwa pendaftaran *member* MLM oriflame ini hanya memerlukan nomor whatsapp dan email yang aktif. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Nadziratul Ulya dkk (Ulya dkk., 2021) yang menyampaikan bahwa membutuhkan pendaftaran dengan biaya tidak terlalu besar. Melalui pembayaran biaya pendaftaran dan biaya penjualan pribadi yang relatif rendah, siapa saja dapat mengoperasikan bisnis ini untuk mencapai laba maksimum. Dengan modal terbatas, banyak orang cenderung memilih berinvestasi di sektor MLM karena persyaratan modal yang minim dan potensi pendapatan yang jauh lebih tinggi.

Kedua, cara mempromosikan produk oriflame melalui sosial media, kak Isna mengungkapkan untuk mengusahakan setiap hari untuk promosi melalui, baik *whatsapp* atau *instagram*. Tidak hanya sebatas promosi untuk menarik customer namun narasumber Isna juga membagikan hasil pemakaian produk berupa testimoni pribadi seperti *skincare*, *bodycare*, *parfume* dst, hal tersebut juga diungkapkan oleh narasumber Nova. Kak Lindra menambahkan bahwa proses penjualan oriflame ini sendiri *direct selling* melalui sosial media dan menawarkan secara langsung pada *customer* menggunakan *catalog*. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Muhammad Siddik dkk. (Siddik dkk., 2025) yang menyampaikan bahwa promosi produk MLM bisa dilakukan melalui sosial media seperti *whatsapp* dan *instagram* karena menjadi *platform* yang efektif untuk menyampaikan informasi bisnis, produk serta membangun relasi dengan calon *reseller* atau konsumen.

Ketiga, terkait perekrutan anggota atau *reseller* ada dua proses. Pertama dari *customer* yang ditawarkan untuk menjadi *reseller* dengan benefit diskon 15% dan *casback* 10% dari pembelanjaan menjadi lebih murah. Kedua menawarkan secara langsung pada orang yang dikenal atau melalui sosial media sebagai *resellernya*. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ahmad Izzan dan Suci Sopiah (Izzan & Sopiah, 2022) yang menyampaikan bahwa perekrutan di MLM dilakukan dengan menawarkan penghasilan, bonus, dan *reward* yang menjanjikan.

Keempat, pengembangan tim oriflame disampaikan oleh kak Lindra bahwa *upline* memberikan bimbingan berupa *training* dan *tools* penjualan. Setiap hari ada pembinaan *upline* untuk mengejar target hari atau bulanan agar meningkat ungkap narasumber Isna. Selain pengembangan yang dijelaskan mereka juga menambahkan berkaitan dengan komisi yang diberikan berdasar pada penjualan masing-masing, jadi ketika tidak melakukan penjualan atau

perekrutan *reseller* maka tidak akan mendapatkan komisi atau bonus. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Setiawan (Rindang dkk., 2024) yang menyampaikan bahwa perusahaan memberikan komisi penjualan kepada mitra usaha berdasarkan capaian kinerja yang dapat diukur, yakni sesuai dengan skala transaksi baik dari sisi jumlah ataupun nilai produk yang berhasil dipasarkan, baik melalui usaha pribadi maupun melalui jaringan pemasaran yang dibangunnya. Adapun bonus penjualan diberikan ketika mitra mampu Mencapai penjualan melebihi sasaran yang telah ditentukan oleh perusahaan. Bonus tersebut tidak berkaitan dengan perekrutan anggota atau reseller baru, melainkan murni merupakan penghargaan atas pencapaian penjualan nyata yang diperoleh mitra dalam memasarkan produk.

B. Penerapan Prinsip-prinsip *Maqasid al-Syariah* dalam Praktik Jual Beli MLM Oriflame

Maqasid al-Syariah diambil dari kata Arab *maqasid* dan *syari'ah*. Istilah *maqasid* merupakan bentuk jamak dari *maqasid*, yang bermakna menuju satu tujuan, menghindari ekstremitas berlebihan atau kekurangan. Sementara itu, secara etimologis, *syariah* merujuk pada jalur yang mengarahkan seseorang menuju mata air, serta dalam konteks terminologi merujuk pada perintah serta larangan Ilahi yang berkaitan dengan perilaku manusia. (Muqit Abd, 2022) *Maqashid Syariah* mencerminkan tujuan hukum Islam yang bertujuan mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan manusia secara menyeluruh, di dunia maupun akhirat. Hal ini dicapai dengan memanfaatkan hal-hal yang bermanfaat serta mencegah tindakan yang berpotensi menimbulkan kerugian atau risiko. Secara fundamental, hukum Islam bertujuan untuk mendatangkan kemaslahatan bagi kehidupan manusia, baik secara spiritual maupun fisik, bagi individu maupun masyarakat, karena prinsip agama menekankan pencapaian kebaikan dan kesejahteraan bagi seluruh hamba Allah di kedua alam. (Pengadilan Agama Kelas Bengkulu dkk., 2023)

Berdasarkan penelitian oleh Salsabila, dkk. *Maqasid Syari'ah* menjadi kerangka penting dalam praktik MLM untuk memastikan kegiatan bisnis tidak semata-mata berpedoman pada prinsip-prinsip fikih muamalah, tapi juga menuntut kesesuaian dengan mendatangkan kemaslahatan sekaligus menghindari potensi kerugian. Melalui pendekatan *maqasid*, aspek-aspek seperti perlindungan agama (*hifz ad-din*), keselamatan jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*) dapat dianalisis secara lebih komprehensif. (Salsabila dkk., t.t.) Sehingga penelitian tentang MLM Oriflame ini perlu dikaji secara mendalam untuk memastikan kesesuaiannya dengan tujuan-tujuan syariah serta memberikan manfaat yang proporsional bagi seluruh anggotanya agar dapat diterima dengan mekanisme adil dan transparan.

1. Memelihara Agama (*hifz ad-din*)

Salah satu elemen krusial dari *Maqasid Syariah* terkait produk halal adalah *hifz ad-din*, yang bermakna menjaga agama. Produk yang diklasifikasikan sebagai halal harus menjamin bahwa mereka bebas dari bahan-bahan terlarang yang berpotensi merusak keyakinan agama konsumen muslim. Aspek ini sangat vital karena agama memegang peran sentral dalam kehidupan umat Muslim. (Zulfa dkk., 2023)

Agama merupakan kebutuhan pokok dan menjadi fundamental bagi manusia sehingga penting untuk menjaga kelestarian serta kemaslahatannya. Produk oriflame halal jika tidak mengandung bahan haram dan perusahaan ini tidak terlibat dalam aktivitas yang bertentangan dengan Islam. Dengan pengklasifikasian produk halal yang bebas bahan terlarang, dengan didukung sertifikasi halal untuk produknya, yang mendukung *hifz ad-din* dengan memungkinkan muslim menggunakan barang sesuai dengan akidah. Dalam praktik ini mendukung *hifz ad-din* dengan memastikan produk halal dan sertifikasi, memungkinkan muslim menggunakan barang tanpa risiko merusak

keyakinan. Hal ini dianggap selaras dengan tujuan syariah untuk menjaga integritas agama. Misal penggunaan kosmetik halal dianggap sebagai bentuk perawatan diri yang tidak bertentangan dengan ibadah.

2. Memelihara jiwa (*hifz an-nafs*)

Dalam kerangka *maqasid syari'ah*, konsep *hifz an-nafs* merujuk pada upaya menjaga keselamatan dan kelangsungan hidup manusia, sekaligus menghindari segala tindakan yang berpotensi membahayakan diri sendiri maupun orang lain. (Huda dkk.)

Dalam memelihara jiwa dalam konteks MLM Oriflame dapat dipahami sebagai upaya menjaga keselamatan fisik, mental dan emosional saat menjalankan aktivitas pemasaran. Menjalankan bisnis dengan cara tidak merugikan diri dan orang lain, seperti menghindari tekanan berlebihan dalam mengejar target, menjaga hubungan sosial agar tetap harmonis serta memastikan produk yang ditawarkan aman dan bermanfaat.

Pendekatan ini menunjukkan upaya menjaga kesejahteraan jiwa melalui praktik yang sehat, menghindari eksploitasi. Ini sesuai dengan *Maqasid* karena mendorong aktivitas bisnis yang membahayakan kesehatan mental dan fisik, meskipun efektivitasnya tergantung pada implementasi di lapangan.

3. Memelihara akal (*hifz al-'aql*)

Dalam lingkup perusahaan, penerapan prinsip *hifz al-'aql* diarahkan pada upaya menjaga kualitas pemikiran dan rasionalitas sumber daya manusia dalam proses pengambilan keputusan maupun pelaksanaan aktivitas bisnis meningkatkan kesejahteraan dapat mencakup pengembangan keterampilan karyawan, penyediaan pelatihan atau program latihan, serta fasilitas seperti akomodasi atau tunjangan bagi peserta. Hal ini bertujuan menghilangkan praktik seperti praktik yang mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan atau *gharar*, serta tambahan berbasis bunga atau *riba*, tidak diperkenankan dalam mekanisme transaksi karena bertentangan dengan prinsip syariah, karena Islam menekankan bahwa setiap bentuk transaksi dalam kegiatan usaha harus dilaksanakan secara adil dan tidak menimbulkan ketidakpastian bagi para pihak, jelas, dan bebas dari eksploitasi. (Lalu Arcane Banjaran Sari, 2025)

Praktik MLM Oriflame transparan dan menghindari penipuan. Pihak distributor memberikan informasi jelas mengenai produknya hal ini mendukung *hifz al-'aql*. Pihak oriflame menyediakan pelatihan dan aturan bagaimana penjualan oriflame untuk membantu menjaga akal.

Praktik ini mendukung *hifz al-'aql* dengan melakukan promosi transparan dan pelatihan yang mencegah ketidakpastian dan penipuan. Ini selaras dengan syariah yang melarang *gharar* dan *riba*, menjadikan bisnis lebih etis dan rasional.

4. Memelihara keturunan (*hifz al-nasl*)

Dalam tujuan memelihara keturunan, perusahaan harus mendukung tercapainya tujuan kebahagiaan dan kesejahteraan keluarga bagi karyawannya, sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sehingga memengaruhi perkembangan dan lahirnya anak-anak maupun keturunan yang baik. (Basri, t.t.)

Memelihara keturunan dalam MLM Oriflame berarti menjaga kesejahteraan keluarga dengan menjalankan bisnis secara sehat, tidak mengabaikan keluarga serta memastikan penghasilan dan aktivitas bisnis tidak menimbulkan beban yang mempengaruhi keharmonisan keluarga.

Pendekatan ini menunjukkan komitmen untuk keseimbangan antara bisnis dan keluarga, mendukung pemeliharaan keturunan dengan mencegah pengabaian keturunan. Hal ini sesuai dengan *Maqasid*, asalkan praktiknya tidak melibatkan tekanan yang berlebihan pada waktu keluarga.

5. Memelihara harta (*hifz al-mal*)

Dalam memelihara harta (*hifz al-mal*), Allah memberi amanah untuk menjaga keberkahan harta. Maka dengan pelarangan riba akan terjaga keberkahan harta tersebut. Islam mewajibkan umatnya untuk berusaha mencari nafkah melalui aktivitas yang halal, serta membenarkan transaksi seperti jual beli, barter, atau perdagangan. Dalam proses mencari rezeki, Islam mendorong perolehan dan pemanfaatan nafkah secara halal, tanpa melibatkan riba. (Ridwan & Wahid, 2022)

MLM Oriflame menekankan penjualan produk yang nyata. Komisi didasarkan pada volume penjualan, yang bisa dianggap sebagai imbalan kerja sah (halal) yang tidak melibatkan riba. Rekrutmen member dilakukan dengan menawarkan benefit yang ada namun tidak memaksa, oriflame tidak melibatkan praktik gharar yang berpotensi merugikan *downline*.

Ini mendukung *hifz al-mal* dengan fokus pada pendapatan halal dan transparan, menghindari riba dan eksploitasi. Selaras dengan syariah yang mendorong perdagangan adil, meskipun model MLM memerlukan pengawasan untuk risiko ketidakpastian pendapatan.

C. Praktik MLM Menurut Perspektif Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009

Fatwa merupakan penerapan dari Al-Qur'an dan As-Sunnah dalam menimplementasikan atura, pedoman, serta doktrin Islam. Tidak hanya dalam Al-Qur'an, namun praktik fatwa juga tersebar dalam hadits-hadits Nabi. Fatwa keagamaan merupakan penetapan hukum yang dihasilkan oleh para ulama dan pakar dalam berbagai bidang ilmu, dengan tujuan memberikan keputusan yang tepat, bertanggung jawab, dan konsisten terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. Penjelasan serta aplikasi konkret bagi umat Islam, dan mengandung unsur pokok, antara lain sebagai bentuk pengambilan keputusan hukum syariat, jalan keluar tentang perbedaan pendapat ulama dan harus relevan dengan keadaan sosial masyarakat. (Muzakki dkk., 2020)

Berdasarkan Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 terdapat 12 persyaratan industri penjualan langsung dalam fatwa, berikut pembahasan sejumlah ketentuan yang wajib dipenuhi oleh setiap entitas usaha yang menjalankan operasional di sektor tersebut, termasuk MLM Syariah atau PBLs, yaitu: (Muzakki dkk., 2020)

1. Transaksi dilakukan atas dasar adanya objek yang nyata, berupa barang maupun produk jasa, yang menjadi subjek jual beli. Penjualan produk oleh oriflame berupa produk **perawatan kulit (skincare)**: rangkaian produk seperti *optimals* (perawatan kulit harian), *novage* (anti-penuaan), dan *essentials* (perawatan dasar untuk semua jenis kulit), **kosmetik (makeup)**: termasuk produk seperti lipstik *giordani gold*, bedak padat *giordani gold*, dan berbagai produk dari *lini the one* dan *oncolour*, **perawatan tubuh dan mandi**: produk seperti sabun mandi, *lotion*, *scrub*, dan *deodorant* dari *lini milk & honey gold*, *love nature*, dan *activelle*, **wewangian (parfum)**: berbagai pilihan parfum pria dan wanita dari lini seperti *giordani gold*, *eclat*, dan lainnya, sampai dengan **perawatan rambut**: berbagai produk yang ditawarkan meliputi kebutuhan perawatan rambut, mulai dari sampo, kondisioner, masker rambut, hingga berbagai produk penataan seperti gel
2. Produk yang diperdagangkan, baik berupa barang maupun jasa, harus bebas dari unsur yang diharamkan dan tidak diperuntukkan untuk kegiatan yang dilarang. Produk Oriflame, misalnya, terbuat dari bahan-bahan alami murni yang tidak mengandung elemen haram. Bisa melakukan pengecekan status halal pada sebuah produk oriflame melalui [website https://halalmui.org/mui14/searchproduk/search/groupkategori/](https://halalmui.org/mui14/searchproduk/search/groupkategori/)
3. Setiap transaksi bisnis yang dilakukan bebas dari unsur penipuan (*gharar*), perjudian, maksiat, *dharar*, *dzulm*, dan *riba* karena adanya pemberian bonus dari hasil produktivitas

downline. Dalam penjualan produk diwajibkan menjual produk sesuai dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Pihak *upline* memberikan pelatihan terhadap *downline* terkait produk oriflame, produk-produk yang dijual tidak mengandung unsur babi, khamr dan lainnya, selain itu juga mempunyai manfaat untuk kulit wajah dan badan, namun dalam pemberian bonus tidak mengandung unsur *riba* dan *gharar*.

4. Harga atau biaya yang dikenakan tidak mengalami kenaikan yang berlebihan, sehingga tetap seimbang dengan kualitas atau manfaat yang diterima konsumen dan tidak menimbulkan kerugian bagi mereka. Penjualan produk oriflame sudah ditentukan oleh perusahaan, *reseller* tidak dapat menjual barang dengan menaikkan harga sesuai keinginannya.
5. Penghargaan dalam bentuk komisi atau bonus yang diterima anggota dari perusahaan, baik dari segi jumlah maupun bentuknya, harus didasarkan pada pencapaian kerja yang nyata, yang secara langsung terkait dengan volume atau nilai penjualan barang maupun produk jasa. Selain itu, pendapatan tersebut harus menjadi sumber penghasilan utama bagi mitra usaha dalam sistem PLBS. *Reseller* oriflame yang merekrut *downline* akan mendapatkan poin, jika seseorang yang bergabung tersebut membeli produk oriflame.
6. PT. Orindo Alam Ayu menawarkan berbagai bentuk bonus, keuntungan, dan penghargaan yang diperoleh secara langsung berdasarkan *volume* penjualan yang dicapai oleh *reseller*. Bonus yang diberikan jelas, berdasar pada poin yang diperoleh dan juga target yang harus dipenuhi oleh *reseller*.
7. Bonus reguler yang diperoleh tanpa kontribusi aktif anggota tidak diperkenankan dan atau penjualan barang dan atau jasa. *Reseller* oriflame yang tidak melakukan penjualan maka tidak akan mendapatkan bonus/poin. Bonus yang bersifat pasif dan diberikan secara rutin tanpa adanya aktivitas pembinaan atau penjualan barang/jasa tidak diperbolehkan. *Reseller* Oriflame yang tidak melakukan penjualan tidak berhak menerima bonus atau poin.
8. Penyaluran insentif berupa komisi atau bonus kepada mitra dan anggota oleh perusahaan dilakukan secara transparan sehingga tidak menimbulkan unsur gharar (ketidakjelasan atau spekulasi yang dilarang). Iming-iming tidak dilakukan secara berlebihan, *upline* hanya menyampaikan kepada *downline* untuk melakukan penjualan atau perekrutan *reseller* dengan tidak memaksa, jadi *ighra* tidak timbul dalam oriflame ini.
9. Sistem pembagian bonus berjalan adil, tanpa adanya pemerasan atau ketimpangan antara anggota yang lebih awal dan anggota berikutnya. Baik *upline* maupun *downline* menerima bonus sesuai dengan poin yang diperoleh dari aktivitas penjualan.
10. Sistem perekrutan *downline* baru saat ini melalui pembayaran sebesar Rp. 75.000-, untuk menjadi *reseller*, namun bisa juga *free* dengan mengambil keuntungan dari hasil penjualan karena bisa mengcover biaya pendaftaran (jika berminat menjadi *reseller*), dan bila hanya member (*vip customer*) tidak membayar sedikitpun.
11. Mitra usaha yang bertugas merekrut anggota baru. baru memiliki tanggung jawab untuk membimbing dan mengawasi anggota yang direkrut, sehingga keberlangsungan dan kualitas jaringan tetap terjaga. Untuk mendapatkan komisi atau bonus bertanya pada *upline* tentang ketentuan yang akan dicapai agar terjadi penjualan secara terstruktur untuk mencapai target minimal guna mendapatkan komisi atau bonus.
12. Tidak terdapat praktik *money game*. Dalam MLM oriflame tidak mengandung unsur *money game* karena bukan fokus utama perekrutan anggota namun penjualan produk-produk dari oriflame.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa MLM Oriflame telah mematuhi ketentuan syariah. Menurut kajian oleh Jauhari dkk., perusahaan MLM yang memenuhi 12 persyaratan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dapat menjadi pilihan karena telah mengacu

pada aturan *syariah*. Kehadiran fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI memberikan dampak positif, bukan hanya dengan menentukan status halal atau haram suatu bisnis MLM, tetapi juga menawarkan solusi bagi pelaku usaha yang ingin menerapkan MLM berbasis syariah. Fatwa ini mendorong perusahaan MLM untuk mengadopsi ketentuan tersebut, sehingga semakin banyak entitas yang tertarik mendapatkan sertifikasi syariah. Pada saat bersamaan, masyarakat terlindungi dari risiko penipuan yang sering dikemas dalam skema MLM. (Sofwan Jauhari dkk., 2023)

Penelitian oleh Qonita Jundana dan Aries Hermawan mengenai praktik MLM di PT. Herbal Amanah Impian Indonesia menunjukkan bahwa Seluruh aktivitas perusahaan, mulai dari pendaftaran kemitraan, mekanisme distribusi komisi dan bonus, hingga pemberian reward, dijalankan sesuai prinsip syariah, bebas dari *gharar* (penipuan), unsur *maysir* (aktivitas spekulatif seperti perjudian), *riba* (tambahan atau bunga), *dharar* (potensi merugikan pihak lain), *dzulm* (tindakan tidak adil), serta bentuk kemaksiatan lainnya harus sepenuhnya dihindari. Merujuk pada Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, perusahaan dinilai telah menjalankan ketentuan dalam Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah tanpa ditemukan pelanggaran prinsip-prinsip syariah. (Jundana & Hermawan, 2024)

Dalam kajian ini, MLM Oriflame teridentifikasi memiliki bentuk muamalat yang selaras dengan syariat Islam, sehingga kehalalannya dapat dipastikan. Sebagaimana dikemukakan dalam penelitian Dewi Itsnaini, keabsahan bisnis MLM pada dasarnya bergantung pada karakteristik muamalah yang diterapkannya. Apabila praktik muamalah tersebut selaras dengan prinsip syariat Islam dan mengikuti fatwa DSN-MUI, maka bisnis MLM tersebut dapat dianggap sah. Sebaliknya, jika praktiknya bertentangan dengan syariat, maka bisnis MLM tersebut dinyatakan tidak sesuai atau haram. (Isnaini, t.t.) Meskipun secara struktural Oriflame dinilai telah sesuai dengan maqasid al-syariah dan Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009, pada praktiknya masih terdapat sebagian pelaku bisnis yang belum menjalankan prinsip tersebut secara konsisten. Misalnya, promosi yang berlebihan, informasi bonus yang kurang tepat, atau fokus rekrutmen yang lebih dominan dibanding penjualan produk. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aturan syariah yang ditetapkan perusahaan dengan implementasinya di lapangan, sehingga masih diperlukan ketegasan bagi perusahaan dalam meningkatkan tingkat kepatuhan pelaku bisnis Oriflame terhadap prinsip-prinsip syariah.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, mekanisme praktik MLM Oriflame dimulai dari mendaftarkan diri sebagai *reseller* oriflame, melakukan promosi produk oriflame melalui sosial media, melakukan perekrutan anggota atau *reseller*, dan melakukan pengembangan untuk *downline* berupa *training* dan *tools* penjualan.

Praktik MLM oriflame dianggap halal dan tidak melanggar ketentuan syariah karena memenuhi tujuan maqasid syariah dengan cara *hifz ad-din* dengan menjual produk halal yang dibuktikan sertifikat halal untuk produknya. Cara *hifzh al-nafs* dengan tidak merugikan diri dan juga orang lain. Pada *hifzh al-aql* dengan memberi informasi jelas mengenai produk, memberikan pelatihan bagaimana penjualan untuk menjaga akal. *Hifzh al-nasl* dalam penelitian ini dengan menjaga kesejahteraan keluarga dengan menjalankan bisnis dengan sehat, tidak mengabaikan keluarga dan selalu memastikan bahwa penghasilan tidak membebaskan keharmonisan keluarga. Terakhir *hifz al-mal* dengan menekankan bahwa penjualan produk oriflame secara nyata. Komisi yang akan didapat berdasar pada volume penjualan yang dianggap sebagai imbalan kerja yang sah dan tidak terdapat riba dalam penjualannya karena sudah ditentukan oleh pihak oriflame.

Menurut Perspektif Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009, MLM Oriflame sudah memenuhi pedoman penjualan langsung berjenjang syariah yang diatur di dalamnya melalui 12 persyaratan, yaitu adanya objek penjualan yang *rill* berupa *skincare* (novage, essentials), kosmetik (lipstik giordani gold, bedak padat giordani gold), perawatan tubuh dan mandi (sabun, scrub, dan deodorant), parfum, perawatan rambut (shampoo, kondisioner, dan masker rambut). Produk yang diperdagangkan memiliki sertifikasi halal. Transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan. Harga tidak mengalami kenaikan karena telah ditetapkan oleh pihak Oriflame. Komisi atau bonus yang diberikan hasil kerja nyata dari penjualan atau perekrutan member yang melakukan pembelian. Adanya bonus, keuntungan atau *reward* didasarkan pada penjualan yang kemudian berbentuk poin dan ditukarkan pada pihak oriflame. Pemberian bonus tidak mengandung *ighra'* karena tidak melakukan iming-iming secara berlebihan. Tidak ada pemerasan dan ketidakadilan karena bonus berdasar pada volume penjualan masing-masing *reseller*. Sistem perekrutan member tidak berbayar, namun jika menjadi reseller membayar Rp.75.000,-. Setiap melakukan perekrutan maka *upline* harus memberi pembinaan dan pengawasan pada *downline*. Terakhir dalam MLM oriflame tidak mengandung unsur *money game*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah dan cakupan narasumber yang dianalisis, sehingga belum mampu menggambarkan penerapan prinsip syariah secara menyeluruh oleh seluruh pelaku bisnis MLM Oriflame. Kajian ini lebih berfokus pada analisis hukum dan ketentuan syariah berdasarkan fatwa dan literatur, sehingga belum menilai tingkat kepatuhan para mitra Oriflame dalam praktik nyata. Oleh karena itu, diperlukan pengambilan data lebih lanjut melalui angket atau survei lapangan untuk mengetahui sejauh mana prinsip syariah benar-benar diterapkan oleh para pelaku bisnis MLM.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, M. A., & Andriani, R. (2024). Maqasid Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Islam (Analisis Komprehensif dan Implementasi). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES) ...*
- Azhana, F. T. I. (2022). Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Produktivitas Kerja Dan Jiwa Kewirausahaan. Dalam *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Azifah, A. (2021). *Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame*. [etheses.iainponorogo.ac.id. https://etheses.iainponorogo.ac.id/16782/1/SKRIPSI_AZIFATUL_ETHESIS.pdf](https://etheses.iainponorogo.ac.id/16782/1/SKRIPSI_AZIFATUL_ETHESIS.pdf)
- Basri, R. (t.t.). Tinjauan Maqasid Syariah Terhadap Perjanjian Perkawinan Sebagai Jaminan Keluarga Bahagia. *Jurnal Hukama*, 2.
- Eko, A. D. (2015). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. Dalam *Yogyakarta: Calpulis*.
- Faizatur, R. S. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Dengan Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Uin Prof. KH Saifuddin Zuhri*.
- HASYIM, M. A. (n.d.). ANALISIS BISNIS ORIFLAME DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. In *fh.unram.ac.id*. <https://fh.unram.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/Muhammad-Alwan-Hasyim-D1A116185.pdf>
- Huberman, M., & Miles, M. B. (1992). Analisis data kualitatif. Dalam *Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta*.
- Huda, M., Ahmad, N., & Shartini, A. (22M). Konsep Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Pada Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 19.
- Ismail, T. (t.t.). Analisis Penjualan Produk Pada Oriflame Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif. Dalam *Fakultas Syariah dan Hukum UIN*
- Isnaini, D. (t.t.). *Analisis Hukum Terhadap Mekanisme Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Pada Tiens Syariah Pekalongan*.
- Izzan, A., & Sopiah, S. (2022). Sistem Multi Level Marketing Di Skincare Nu Amoorea Dalam Perspektif Fatwa Mui. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 228–234. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.217>
- Jauhari, M. S., & Nugraha, I. S. (2025). Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis Multi Level Marketing: Perspektif Fatwa DSN MUI dan NU. *Tasyri': Journal of Islamic Law*.
- Jokhu, J. R., & Telaumbanua, L. (2022). The application of environmental analytical tools to fathom the performance of multi-level marketing company (the case of Oriflame Indonesia). *Proceeding of the* <https://e-journal.president.ac.id/index.php/ICFBE/article/view/3908>
- Jundana, Q., & Hermawan, A. (2024). Implementasi Fatwa DSN-MUI tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah No.75/VII/2009 pada PT Herbal Amanah Impian Indonesia. *Journal of Fiqh in Contemporary Financial Transactions*, 2(1), 55–69. <https://doi.org/10.61111/jfcft.v2i1.659>
- Lalu Arcane Banjaran Sari. (2025). Multi-Level Marketing (MLM) Law According to the Fatwa of the Lajnah Daimah. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(2), 538–544. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i2.2797>
- Muqit Abd. (2022). sapri,+1-13+Muqit. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*.
- Muzakki, A., Islam, U., Hasan, Z., & Probolinggo, G. K. (2020). Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah). *Jurnal Hukum Islam*, 6(2), 2548–5903. <https://doi.org/10.36835/assyariah.v6i1.350>

- Nuranisa, C. H., & Jannah, A. W. (2024). Implikasi Psikodinamika Anggota Mlm Terhadap Hukum Ekonomi Syariah. *J-Alif: Jurnal ...*
- Nurfitri, Nisa, Safitri Ririn, & Rianti, R. (2023). Efektivitas Penerapan Prinsip-Prinsip Manajemen Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Online Di Aplikasi Lazada. *Musytari, 1*. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Pengadilan Agama Kelas Bengkulu, S. I., Rezi, M., & Rahman Hakim, M. (2023). *AL-MAQĀSHID AL-SYARĪ'AH; Teori dan Implementasi* (Vol. 2, Nomor 1). <https://ejournal.darunnajah.ac.id/index.php/sahaya>
- Ridwan, A. H., & Wahid, A. (2022). Pengharaman Riba Dalam Perspektif Al-Maqasid Asy-Syariah Abdurrahman Wahid. Dalam *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* (Vol. 7, Nomor 1).
- Rindang, S., Setiawan, A., Tinggi, S., Hukum, I., & Adam, S. (2024). Multi Level Marketing (Mlm) Dilihat Dari Aspek Hukum Perjanjian. Dalam *Subroto Rindang Arie Setiawan WASAKA Critical Law Journals* (Vol. 3, Nomor 1). <http://www.alhelaly.com>
- ROHMAH, S. F. (t.t.). Analisis Strategi Pemasaran Produk Dengan Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Dalam *repository.uinsaizu.ac.id*.
- Salsabila, F., Tinggi, S., Ushuluddin, I., Qur'an, D., Sekolah, A., Ilmu, T., Darul Qur'an, U., Risqy, R., & Sekolah, K. (t.t.). *Hukum Menggunakan Bisnis MLM Dalam Perspektif Islam*. <https://www.tempo.co/abc/1291/bisnis-mlm-awal-yang-baik-sering-berakhir-buruk>.
- Sam, M. I., Saputra, H., Syihabuddin, A., Prasetya, A., & ... (2014). Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI. Dalam *Jakarta: Erlangga*.
- Siddik, M., Wicaksono, E., Wiyanti, S., & Budianto, M. A. (2025). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Rekrutmen Dan Penjualan Pada Bisnis Multilevel Marketing (Mlm) Effectiveness Of Using Social Media In Increasing Recruitment And Sales In Multilevel Marketing (Mlm) Businesses. *Sibatik JOURNAL | VOLUME, 4(9)*. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i9.3381>
- Sofwan Jauhari, M., Ghoni, A., & Sugiyono, F. (2023). Analisis Model Bisnis MLM Syariah Berdasarkan Fatwa MUI Nomor 75 Tahun 2009: Studi Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Sebagai Alternatif Aman Dalam Menghindari Money Game. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5117>
- Ulya, N., Khoirunnisa, N. A., & Laily, N. S. (2021). Analisis Pemasaran Direct Selling Mlm Syariah Member Pt Tiens. *Journal of Islamic Studies and Humanities, 6(2)*, 130–137. <https://doi.org/10.21580/jish.v6i2.8999>
- Zulfa, N., Millah, N. N., Nuratin, N., & Novitasari, K. (2023). Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics, 1(2)*, 79–94. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>