BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari terdapat jutaan orang melakukan kegiatan bisnis. Mereka ada yang berhasil mengembangkan usaha dan memperbesar nilai bisnisnya yang semakin lama semakin maju tetapi ada pula yang gagal. Bagi mereka yang berhasil, kegiatan bisnis makin menarik dalam kehidupan mereka.

Pekerjaan di bidang bisnis pada masa lalu belum menarik dibandingkan dengan masa sekarang. Kegiatan perdagangan di negara Indonesia mulai banyak dikenal dengan masuknya para pedagang Arab yang beragama Islam sambil menyebarkan ajaran Islam di kalangan penduduk. Kemudian perdagangan berkembang pula pada zaman penjajahan Belanda dengan VOC-nya.[1]

Masyarakat kurang memiliki *interest* terhadap profesi ini. Masyarakat Indonesia lebih tertarik dengan lapangan pekerjaan pamong praja, menjadi pegawai negeri, walaupun gaji kecil tetapi lebih terhormat dibandingkan dengan para pedagang. Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga kurang berminat terhadap profesi bisnis, antara lain sifar agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak

[1] Alma Buchari, *Pengantar Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2002, hal 13.

stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk sehingga mereka tidak tertarik.

Rakyat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam tidak banyak mengetahui akan ajaran Islam tentang pekerjaan di bidang bisnis. Rasulullah SAW pernah ditanya oleh para sahabat "pekerjaan apakah yang paling baik ya Rasulullah SAW?" Rasulullah SAW menjawab, "seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih". (HR. Al Bazzar). Jual beli yang bersih berarti sebagian dari kegiatan profesi bisnis. Selain itu para ulama telah sepakat mengenai kebaikan pekerjaan dagang (jual beli) sebagai perkara yang telah dipraktekkan sejak zaman Nabi hingga masa sekarang.

Dalam sebuah Hadits Rasulullah SAW bersabda : "Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama Nabi, orang shidiqin dan para syuhada" (HR. Tirmizi dan Hakim). Apabila orang berbisnis dengan jujur maka ia akan mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia duga dari mana datangnya, demikian menurut ajaran agama.

Semua manusia mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, dan kebutuhan ini harus dipenuhi, yaitu berupa kebutuhan akan makanan, pakaian dan perumahan. Dalam istilah populernya kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan, mulai dari bentuk sederhana sampai ke bentuk yang mewah, canggih, dan sangat mahal dengan segala perlengkapannya. Dengan kata lain, manusia tidak terlepas dari aktivitas ekonomi, sehingga ekonomi merupakan bagian yang melekat dalam kehidupan manusia.

Sebagai agama, Islam merupakan sumber dan pedoman bagi tingkah laku manusia. ekonomi adalah bagian dari tingkah laku manusia, oleh karena itu semua bentuk aktivitas ekonomi haruslah berada dalam ruang lingkup ajaran Islam. Dalam hukum Islam, aturan-aturan yang menyangkut perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain dalam urusan keduniawian masuk dalam kajian fiqih muamalah, salah satu dari cabang fiqih muamalah adalah jual beli. Islam mengakui aktivitas jual beli (perdagangan) karena dalam jual beli terdapat manfaat yang amat besar baik pada yang menjualnya (produsen) maupun bagi yang membelinya (konsumen), atau semua orang yang terlibat dalam aktivitas perdagangan tersebut.

Pada tahun 1997-an, krisis moneter dan ekonomi melanda Indonesia, keadaan ini telah mengecilkan arti berbagai pencapaian pembangunan ekonomi tersebut. Jual beli merupakan konsekuensi dari kemajuan peradaban manusia. dengan semakin majunya teknologi, barang yang diproduksinya meningkat, sehingga produsen ingin menyalurkan produknya guna memenuhi kebutuhan manusia sebagai konsumen.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Adapun usaha tersebut hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan

meningkatkan volume penjualnya, melalui usaha mencari dan membina langganan serta usaha menguasai pasar.[2] Tujuan perusahaan tersebut hanya dapat dicapai apabila pemasaran suatu perusahaan, melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan yang ada dalam pemasaran, sehingga kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Dunia perdagangan global sekarang ini, memiliki tiga sistem atau konsep pemasaran (marketing). *Pertama,* sistem *Konvensional Marketing*, *kedua*, sistem *Direct Selling* marketing, dan *ketiga*, sistem *Multi Level Marketing* (MLM). Salah satu kegiatan yang mendorong pertumbuhan perekonomian yang dirasakan masyarakat serba sulit, yaitu dengan hadirnya konsep *Multi Level Marketing* (MLM). Dalam perkembangannya, MLM pertama kali digunakan dan diterapkan oleh sebuah perusahaan Amerika pada tahun 1939, yaitu *Nutrilite* yang kemudian berkembang ke seantero dunia[3].

Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) berusaha memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen. *Multi Level Marketing* (MLM) hanyalah metode untuk memasarkan / menjual produk. Oleh karena itu, seperti cara pemasaran yang lain, keberhasilan dari orang yang terlibat di dalam suatu *Multi Level Marketing* (MLM) banyak tergantung dari kualitas dan produk yang akan dijual.

---

[2] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran. Dasar, Prinsip dan Strategi.* Jakarta: PT Raja Raja Grafindo Persada. 1987. Hal. 153

[3] Suhnawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000. Hal. 170

Tujuan dari *Multi Level Marketing* (MLM) sama dengan tujuan dari metode pemasaran yang lain, yakni untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Islam bukanlah agama yang sekadar mengatur ibadah yang menuju hidup akhirat saja, akan tetapi Islam adalah agama yang lengkap mulai dari mengatur bagaimana cara bersuci, cara mandi, cara makan, sampai mengatur bagaimana kehidupan bernegara, mengatur dunia. Islam memberikan kebebasan bagi pemeluknya untuk mengatur kehidupan dunia. Tentang dunia, manusia itu dapat menentukan karena manusia lebih mengetahui tentang dunianya. Koridornya adalah semua urusan dunia diserahkan kepada ahlinya. Termasuk dalam hal bisnis, dalam hal bermuamalah. Banyak ajaran Islam yang berkaitan dengan bisnis termasuk masalah "*ijarah*", masalah perdagangan dan jual beli.

Multi Level Marketing (MLM) termasuk pada jual beli dan termasuk dalam kategori muamalat dan dibahas dalam bab *al-Buyu* (jual beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fqih. Jual beli dalam *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan secara sadar, tidak ada paksaan, dan tidak ada penipuan. Sebagian besar produk yang dipasarkan melalui *Multi Level Marketing* (MLM) diberikan garansi.

Dalam konsep ekonomi Islam, tidak semua barang dapat diproduksi atau dikonsumsi. Menurut Abdul Fatah M. Farah, Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang atau komoditas ke dalam dua kategori, yaitu :

1. Barang-barang yang disebut dalam Al-Qur'an, *Thayyibat*, yaitu barang-barang yang secara hukum halal untuk dikonsumsi dan diproduksi

2. *Khabbaits*, yaitu barang-barang yang secara hukum haram dikonsumsi dan diproduksi. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al A'raaf ayat 157 : "... dan menghalalkan bagimu segala yang baik-baik dan mengharamkan segala yang buruk/keji-keji...."[4]

Berdasarkan prinsip-prinsip di atas, penulis akan membahas tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Sophie Martin ditinjau menurut Hukum Islam, apakah mencerminkan adanya prinsip-prinsip syariah atau tidak? Bertolak dari permasalahan di atas, penulis mengangkat judul " **BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) DALAM PANDANGAN HUKUM ISLAM (Studi Kasus di *Business Centre* Sophie Martin Cirebon)**".

B. Perumusan Masalah

Untuk mempermudah mengetahui kejelasan yang ada dalam skripsi ini, maka penulis membagi dalam tiga bagian, yaitu :

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah wilayah kajian hukum ekonomi Islam (fiqih muamalah)

---

[4] Mahmud Junus, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim*, Bandung, 1990, hal. 154

b. Pendekatan Penelitian

Untuk pendekatan penelitian, penulis menggunakan pendekatan empirik.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam skripsi ini adalah ketidakjelasan pandangan hukum Islam tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang dilakukan oleh bisnis Sophie Martin, apakah dibolehkan atau tidak.

2. Pembatasan Masalah

Masalah dalam skripsi ini dibatasi pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Sophie Martin Cirebon, dalam pandangan hukum Islam mengenai bisnis tersebut.

3. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian di atas dapat dirumuskan pertanyaan pokok adalah sebagai berikut :

a. Bagaimana konsep bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dalam pandangan Islam ?

b. Bagaimana konsep bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Sophie Martin menurut pandangan hukum Islam ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendapatkan data tentang konsep bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dalam pandangan Islam.
2. Untuk mendapatkan data tentang tinjauan hukum Islam terhadap konsep bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Sophie Martin

D. Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan hidupnya, manusia diberi kebebasan dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Namun kebebasan manusia ini tidak berlaku mutlak, kebebasan itu dibatasi oleh kebebasan manusia lain. bila antara manusia melanggar batas kebutuhan antara sesamanya, maka akan terjadi konflik. Bila hal ini terjadi maka manusia akan kehilangan peluang untuk mendapatkan kebutuhan yang diharapkan. Kebutuhan kebebasan manusia ini menyebabkan bertemunya antara kebutuhan satu dengan kebutuhan yang lain, yang pada akhirnya akan menimbulkan pemikiran batas kerugian seminimal mungkin untuk mendapatkan keinginan semaksimal mungkin dari segala aktivitas yang berkaitan dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

Jual beli atau perdagangan adalah bagian dari kegiatan bisnis. Bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka

memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.[5]

Perintah Allah untuk melakukan kegiatan bisnis (perdagangan) dalam rangka mencari rizki untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia, terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an berikut ini[6]

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُوا۟ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُوا۟
ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". (QS. Al Jumuah : 10)

إِنَّ سَعْيَكُمْ لَشَتَّىٰ

"Sesungguhnya usaha kamu memang berbeda-beda". (QS. Al Lail : 4)

Supaya segala kegiatan manusia dalam perdagangan mendapatkan berkah dan bermanfaat bagi kemaslahatannya maka manusia harus adil dan jujur.

وَأَقِيمُوا۟ ٱلْوَزْنَ بِٱلْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا۟ ٱلْمِيزَانَ

"Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu". (QS. Al Rahman : 9).

---

[5] Muslich, *Etika Bisnis Islam*, hal. 46.

[6] Heri Sudarsono. *Konsep Ekonomi Islam suatu Pengantar*, Ekonisia. Yogyakarta. 2003. Hal. 30.

Sementara dalam Hadits disebutkan bahwa :

"Seorang pedagang yang tulus (yakni selalu mengutamakan kebenaran dalam ucapan dan tindakannya) akan dibangkitkan kelak pada hari kiamat dalam kelompok para shidiqin dan syuhada". (HR. Tirmizi dan Hakim).

Dalam Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan *ikhtiar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. bersumber dari Hadits dari Muslim, Ahmad, Abu Daud dari Said bin Al Musyyab dari Ma'mar bin Abdullah Al Adawi bahwa Rasulullah SAW bersabda : "Tidaklah orang melakukan ikhtiar itu kecuali ia berdosa", Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan, bahkan mewajibkan, pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikkan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran.[7]

Persyaratan dalam melakukan jual beli antara lain[8] :

1. Ada penjual dan pembeli, yaitu pihak yang mempunyai produk untuk dijual dan orang yang ingin membeli produk tersebut
2. Ada barang atau produk yang diperjualbelikan. Jadi, tidak sah jual beli kalau produknya tidak ada atau belum ada

---

[7] Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*. hal. 222

[8] Tirmizi Yusuf, *Strategi Multi Level Marketing (MLM) secara Cerdas dan Halal*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002. Hal. 111-112.

3. Tidak ada paksaan, bagi penjual untuk menjual dan pembeli untuk membeli. Semua dilakukan dengan sadar atas suka sama suka, dilakukan oleh orang yang sudah berakal
4. Ijab qabul, yaitu pernyataan bagi penjual bahwa produk tersebut dijual dan jawaban pembeli bahwa produk itu dibeli.

Jual beli dalam *Multi Level Marketing* (MLM) tidak berbeda dengan jual beli seperti diuraikan di atas. Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) menawarkan produk kepada calon pembeli yaitu calon konsumen. Produknya jelas, bahkan kalau perlu diperagakan bagaimana menggunakannya. Supaya yakin dan menghilangkan unsur penipuan, diberikan juga beberapa produk sebagai sampel. Tidak sedikit pembeli itu nantinya ikut bergabung menjadi distributor, yaitu menjual produk yang sama kepada orang lain. Harga yang harus dibayar diberitahukan, dijelaskan dan disepakati dulu. Ijab qabulpun dilakukan. Jualn beli dalam *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan secara sadar, tidak ada paksaamn dan tidak ada penipuan. Sebagian besar produk ternyata cacat atau tidak sesuai dengan kualitas yang disebutkan, maka produk tersebut dikembalikan sesuai dengan tenggang waktu yang ditentukan.

Banyak perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) berdiri di Indonesia saat ini. Hal ini menunjukan bahwa laju perkembangan *Multi Level Marketing* (MLM) di Indonesia terjadi dengan cukup pesat. Namun, banyak orang yang tidak mengerti apa arti sebenarnya dari *Multi Level Marketing* (MLM). Banyak orang yang mengatakan bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) ini merupakan

suatu terobosan baru yang hebat sehingga menghasilkan kekayaan dengan sangat cepat. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan suatu penjualan. Sebagaimana sebuah bisnis murni, yaitu bisnis pemasaran. Bisnis pada dasarnya adalah suatu kegiatan individu maupun organisasi untuk menghasilkan suatu produk kemudian menjualnya untuk mendapatkan keuntungan. Ada tiga kunci, yaitu produk, menjual dan keuntungan. Tanpa produk bukanlah bisnis, itu sebabnya kalau ada bisnis tanpa produk, diragukan.

Jika satu-satunya cara untuk memperoleh uang adalah dengan melakukan sponsorisasi atau perekrutan (tanpa penjualan), menjauhlah, rencana itu jelas-jelas cacat secara hukum.[9]

Multi Level Marketing (MLM) yang baik biasanya bergabung di dalam APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia). Setiap perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang ingin bergabung dalam APLI, diseleksi dan diteliti terlebih dahulu, telah memenuhi persyaratan atau tidak sebagai perusahaan yang bergerak dalam penjualan langsung.

Setiap perusahaan pasti mengharapkan harus memiliki konsep yang mantap, sehingga kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan. Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) juga tentu bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tentu dengan wajar. Keuntungan yang sesuai dengan prestasi yang diberikan. Dengan adanya keuntungan ini, maka bisnis bisa berlanjut.

---

[9] Andreas Harefa, *MLM dan Penggandaan Uang*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hal. 116.

E. Metodologi Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah hukum Islam dan keterkaitannya dengan konsep bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dan diungkapkan brdasarkan data-data pustaka atau bersifat kepustakaan, karena sumber datanya adalah buku-buku yang bertemakan sesuai dengan bahasan skripsi ini, makalah-makalah, serta sumber lain yang berkaitan dengan tema yang diangkat.

Untuk meneliti diperlukan sejumlah data kualitatif dan kuantitatif serta teknik pengumpulan data. Data tersebut dibutuhkan untuk memberikan nilai keilmiahan penelitian ini, yang pada akhirnya data tersebut akan dianalisis secara logis sehingga dapat dipahami.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Menentukan Sumber Data
   a. Sumber data teoritis, yaitu sumber data yang diambil dari buku-buku kepustakaan yang ada relevansinya dengan pembahasan penelitian
   b. Sumber data empirik, yaitu sumber data yang diperoleh berdasarkan penelitian langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan
2. Jenis Data

   Jenis data yang dikumpulkan berupa data yang bersifat kuantitatif dan kualitatif, serta terdiri dari data primer dan data sekunder.

   Data primer diambil langsung dari objek penelitian yang terdiri dari

a. Gambaran umum *Bussines Centre* (BC) Sophie martin Cirebon

b. Hasil wawancara dan penyebaran kuisioner

c. Hasil pengamatan langsung

Data sekunder diambil dari membaca buku dan literatur lainnya yang relevan dengan skripsi ini.

3. Populasi dan Sampel

Popuasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[10]

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah keseluruhan dari individu yang ciri-cirinya akan diselidiki atau diduga.

Sampel yang diambil penulis dalam penelitian ini berdasarkan pendapatan Suharsimi Arikunto (1992 : 110), yaitu dengan menggunakan random sampling. Dengan penentuan perkiraan besar sampel adalah "untuk sekadar ancer-ancer maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebik baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20 – 25 % atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2001, hal. 72.

dilihat dari waktu, tenaga, dana, wilayah pengamatan dan besar kecilnya risiko".

4. Teknik Pengumpulan Data

   a. Observasi

      Observasi digunakan untuk mengukur tingkah laku individu ataupun proses terjadinya bisnis MLM Sophie Martin, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan.

   b. Wawancara

      Wawancara yaitu penulis mengadakan serangkaian pertanyaan secara langsung terhadap beberapa orang yang terkait dengan objek yang diteliti, dalam hal ini pimpinan BC. Sophie Martin Cirebon dan para member.

   c. Teknik Kepustakaan

      Yaitu dengan mencari data-data yang ada kaitannya dengsn isi skripsi ini.

   d. Teknik Penyebaran Kuisioner / Angket

      Yaitu membagikan daftar pertanyaan yang telah tersedia jawabannya. Angket tersebut ditujukan kepada para member BC. Sophie Martin Cirebon.

5. Teknik Analisis Data

Analisa data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua pendekatan, pendekatan logika untuk data kualitatif dan pendekatan skala persentase untuk data kuantitatif. Ketentuan skala persentase tersebut sebagai berikut :[11]

No.	Persentase	Penafsiran
1.	100 %	Seluruhnya
2.	90 % – 99 %	Hampir seluruhnya
3.	60 % – 89 %	Sebagian besar
4.	51 % – 59 %	Lebih dari ½
5.	50 %	Setengahnya
6.	40 % – 49 %	Hampir ½ nya
7.	10 % – 39 %	Sebagian kecil
8.	1 % – 09 %	Sedikit sekali
9.	0 %	Tidak ada

Adapun rumus menentukan persentasenya, yaitu :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\,\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Jumlah yang mengisi

N = Sampel

100 % = Bilangan tetap

[11] Supardi dan HRGA Wahyudin, *Metodologi Riset*, Bulan Bintang, Jakarta, 1984. hal 52.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan skripsi ini penulis menyusunnya dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan yang berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, Langkah-langkah Penelitian serta Sistematika Pembahasan.

BAB II, Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam yang berisi tentang Definisi *Multi Level Marketing* (MLM), Asal Mula Munculnya Bisnis *Multi Level Marketing*, Konsep Distribusi dalam Sistem *Multi Level Marketing*, Serta Prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

BAB III, Sistem Bisnis MLM di BC. Sophei Martin Cirebon, yang berisi tentang Sejarah Berdirinya BC. Sophie Martin Cirebon, Produk-produk Sophie Martin serta Cara Kerja Bisnis MLM Sophie Martin.

BAB IV, Tinjauan Hukum Islam tentang Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Business Centre Sophie Martin Cirebon, yang berisi tentang Landasan Tauhid, Landasan Keseimbangan, Landasan Kehendak Bebas serta Landasan Pertanggungjawaban.

BAB V, Penutup, yang berisi tentang Kesimpulan dan Saran-saran.