

**ANALISIS PRAKTIK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING TIENS
DALAM PERSPEKTIF *MAQĀṢID ASY-SYARĪ'AH***



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM ISLAM/ HUKUM ISLAM**

OLEH:

ALDY KOMARA BINTANG

22103080029

PEMBIMBING:

Dr. H. ABDUL MUJIB. M. AG

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

ABSTRAK

Fenomena bisnis Multi Level Marketing (MLM) Tiens *Syarī'ah* menawarkan narasi kebebasan finansial yang dikemas dengan simbol kemewahan dan legitimasi label *Syarī'ah*. Namun, terdapat disparitas antara konstruksi ideal tersebut dengan realitas di lapangan, di mana praktik masa lalu sering kali berfokus pada rekrutmen agresif yang berpotensi mencederai harta anggota (*money game*) dan mengabaikan penjualan produk riil. Penelitian ini bertujuan untuk membedah konstruksi praktik bisnis MLM Tiens serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip kemaslahatan substantif, melampaui sekadar legalitas formal fatwa.

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada komunitas distributor Tiens di Yogyakarta. Analisis data menggunakan dua pisau analisis utama: teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer untuk membongkar konstruksi makna dalam interaksi sosial, dan teori *Maqāṣid asy-Syarī'ah* perspektif Ibnu Asyur (fokus pada *Maqāṣid 'Āmmah* dan *Khāṣṣah*) untuk mengevaluasi dampak kemaslahatan. Selain itu, praktik bisnis juga ditinjau berdasarkan kepatuhannya terhadap Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Permendag Nomor 70 Tahun 2019.

Hasil penelitian menunjukkan adanya transformasi fundamental pada strategi bisnis Tiens pasca-2024 dari orientasi rekrutmen (*recruitment-oriented*) menjadi orientasi penjualan (*selling-oriented*). Secara sosiologis, interaksi simbolik bergeser dari pola manipulatif tertutup menjadi pola digital personal branding yang transparan melalui media sosial, merekonstruksi makna sukses menjadi produktivitas dagang. Dalam perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Ibnu Asyur, penghapusan kewajiban tutup poin bagi anggota baru dan fokus pada penjualan ritel telah memenuhi prinsip perlindungan harta (*Hifẓ al-Māl*), menciptakan sirkulasi harta yang sehat (*Rawāj*), serta memulihkan ketertiban sosial (*Intizām*). Secara yuridis, perubahan strategi ini memperkuat legalitas perusahaan karena telah menghilangkan unsur skema piramida sesuai amanat hukum positif di Indonesia.

Kata Kunci: *MLM Tiens, Maqāṣid asy-Syarī'ah Ibnu Asyur, Interaksionisme Simbolik, Undang-Undang Perdagangan.*

ABSTRACT

The phenomenon of Tiens Sharia Multi Level Marketing (MLM) business offers a narrative of financial freedom packaged with symbols of luxury and the legitimacy of the sharia label. However, there is a disparity between this ideal construction and the reality on the ground, where past practices often focused on aggressive recruitment, potentially harming members' wealth (money game) and neglecting real product sales. This study aims to dissect the construction of Tiens MLM business practices and evaluate their compatibility with substantive principles of public interest (maslahah), going beyond mere formal legal fatwas.

This research is empirical juridical research with a qualitative approach. Data collection was conducted through observations, interviews and documentation within the Tiens distributor community in Yogyakarta. The data analysis employs two main analytical frameworks: Herbert Blumer's Symbolic Interactionism theory to uncover the construction of meaning in social interactions, and Ibn Ashur's Maqashid Sharia perspective (focusing on Maqāsid 'Āmmah and Khāṣṣah) to evaluate the impact on public benefit. Additionally, business practices are reviewed based on their compliance with Law No. 7 of 2014 concerning Trade and Minister of Trade Regulation No. 70 of 2019.

The results indicate a fundamental transformation in Tiens' business strategy post-2024 from a recruitment-oriented to a selling-oriented approach. Sociologically, symbolic interaction has shifted from manipulative closed patterns to transparent digital personal branding via social media, reconstructing the meaning of success into trade productivity. From Ibn Ashur's Maqashid Sharia perspective, the removal of the mandatory point target (tutup poin) for new members and the focus on retail sales have fulfilled the principle of wealth protection (Ḥifẓ al-Māl), created healthy wealth circulation (Rawāj), and restored social order (Intizām). Legally, this strategic shift strengthens the company's legality by eliminating pyramid scheme elements in accordance with positive law in Indonesia.

Keywords: Tiens MLM, Maqashid Sharia Ibn Ashur, Symbolic Interactionism, Trade Law, Rawāj.

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.
Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Hal : Persetujuan Skripsi Saudara Aldy Komara Bintang
Lampiran : -

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memverikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing, berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Aldy Komara Bintang
NIM : 22103080029
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : "ANALISIS PRAKTIK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING TIENS
DALAM PERSPEKTIF *MAQĀṢID ASY-SYARĪ'AH* "

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Program Studi Hukum Ekonomi *Syarī'ah* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Januari 2026

24 Rajab 1447 hijriyah

Pembimbing

Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.

NIP: 197012092003121002

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-143/Un.02/DS/PP.00.9/01/2026

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PRAKTIK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING TIENS DALAM
PERSPEKTIF *MAQASID ASY-SYARIAH*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALDY KOMARA BINTANG
Nomor Induk Mahasiswa : 22103080029
Telah diujikan pada : Senin, 19 Januari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6979490292056



Penguji I
Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 697b5a679da



Penguji II
Annisa Dian Arini, M.H.
SIGNED

Valid ID: 6979a8b68546b



Yogyakarta, 19 Januari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 697c25c2367e8

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldy Komara Bintang

NIM : 22103080029

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "ANALISIS PRAKTIK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING TIENS DALAM PERSPEKTIF *MAQĀSID SHARI'AH*" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 12 Desember 2025

21 Jumadil Akhir 1447 H

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang Menyatakan,



Aldy Komara Bintang
Aldy Komara Bintang

NIM: 22103080029

MOTTO

*”Harapan Akan Tetap Ada Bagi Mereka Yang Berani, karena Di Dalam
Keputusasaan pun, Aku Masih Melihat Harapan Yang Terang”*



PERSEMBAHAN

Sebagai ungkapan terima kasih yang tak terhingga Karya ini kupersembahkan kepada Almamaterku, Program Studi Hukum Ekonomi *Syari'ah* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tempat saya belajar dan bertumbuh. Persembahan penuh rasa hormat dan bakti kepada kedua orang tua saya yang senantiasa memanjatkan doa serta memberikan dukungan penuh demi kelancaran tugas akhir ini.

Kepada istriku tercinta, terima kasih karena selalu ada memberikan semangat, Bantuan Fisik maupun moral dan doa terbaik. Rasa terima kasih yang mendalam juga saya haturkan kepada Bapak Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas segala bimbingan dan arahnya. Serta kepada seluruh keluarga besar dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan terbaiknya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan pengalihan suatu tulisan dari satu abjad ke abjad lain. Dalam skripsi ini, transliterasi digunakan pada pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin dengan pedoman berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُعَادَاة	Ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta’ Marbûṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	Ditulis	<i>‘illah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan lagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-Auliya’</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila ta’ marbûṭah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

1.	---َ---	Fathah	Ditulis	A
2.	---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
3.	---ُ---	Ḍammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif إِسْتِحْسَان	Ditulis	<i>ā</i> <i>Istiḥsān</i>
2.	Fathah + ya' mati أُنْسَى	Ditulis	<i>ā</i> <i>Unṣā</i>
3.	Kasrah + ya' mati الْعَوَانِي	Ditulis	<i>ī</i> <i>al-‘Ālwānī</i>
4.	Ḍammah + wāwu mati عُلُوم	Ditulis	<i>ū</i> <i>‘Ulūm</i>

F. Vocal Rangkap

1.	Fathah diikuti Ya' Mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2.	Fathah diikuti Wawu Mati قَوْل	Ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

G. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

Apostrof

التَّم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَات	Ditulis	<i>'u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
-----------	---------	------------------

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 'l' (el) nya.

الرسالة	Ditulis	<i>ar-Risālah</i>
النساء	Ditulis	<i>an-Nisā'</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan,

Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa kita panjatkan ke hadirat Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Analisis Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens dalam Perspektif *Maqāṣid asy-Syarī‘ah* .”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Hukum Ekonomi *Syarī‘ah*, Fakultas *Syarī‘ah* dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M. Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas *Syarī‘ah* dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak A Hasfi Luthfi, M.H., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi *Syarī‘ah* Fakultas *Syarī‘ah* dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya semasa perkuliahan berlangsung.

5. Bapak Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah meluangkan banyak waktunya demi memberikan bimbingan, bantuan, serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Teruntuk istriku tercinta, Qoni Na'imah Az-Zahro, terima kasih atas segala kesabaran, pengertian, doa, serta dukungan yang tidak pernah putus, yang menjadi penyemangat terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan perjuangan akademik ini.
7. Kedua orang tua dan mertua saya tercinta: Bapak Sanip dan Ibu Surati, serta Bapak Kasdi dan Ibu Darmanti. Terima kasih atas semua dukungan baik materi maupun pikiran yang telah dicurahkan demi keberhasilan jenjang pendidikan ini. Semua ini dapat terwujud berkat derasnya doa-doa tulus yang Bapak dan Ibu limpahkan untuk keberhasilan saya.
8. Kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungannya, saya ucapkan terimakasih.
9. Kepada diri saya sendiri, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kerja keras dan dedikasimu. Setiap langkah kecil yang kau ambil telah membawamu sampai di titik ini. Jangan pernah meragukan kemampuanmu, kamu pasti bisa!
10. Teman-teman perkuliahan HES angkatan 22 yang tentu tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas segala kebersamaannya.

Dengan tulus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah swt melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang, serta dengan harapan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 11 Januari 2026 M
22 Rajab 1447 H
Penulis,



Aldy Komara Bintang
Nim.221020380029



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan	9
D. Telaah Pustaka	10
E. Kerangka Teoritik.....	15
F. Metode Penelitian	17
G. Sistematika Pembahasan	24
BAB II	29

LANDASAN TEORI.....	29
A. Tinjauan Konseptual MLM.....	29
1. Pengertian dan Karakteristik MLM.....	29
2. MLM dalam Perspektif Ekonomi Modern.....	29
3. Legitimasi <i>Syarī'ah</i> dan Prinsip MLM <i>Syarī'ah</i>	31
B. Teori <i>Maqāṣid asy-Syarī'ah</i> Perspektif Ibnu Asyur	32
1. Rekonstruksi Paradigma <i>Maqāṣid asy-Syarī'ah</i>	32
2. <i>Maqāṣid 'Āmmah</i> (Tujuan Umum)	32
3. <i>Maqāṣid Khāṣṣah</i> (Tujuan Khusus dalam Harta)	34
C. Teori Interaksionisme Simbolik.....	36
1. Konsep Dasar dan Pembentukan Diri.....	36
2. Tiga Premis Utama Herbert Blumer	37
3. Relevansi Teori dalam Analisis Bisnis Jaringan.....	38
D. Tinjauan Hukum Positif tentang Praktik Bisnis Penjualan Langsung di Indonesia	
39	
1. Rezim Hukum Perdagangan dan Larangan Skema Piramida	39
2. Regulasi Teknis Distribusi Barang Secara Langsung.....	41
BAB III.....	44
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN TIENS DAN PRAKTIK BISNISNYA	44
A. Profil Perusahaan	44
1. Sejarah Berdirinya Tiens	44
2. Visi, Misi, dan Filosofi Perusahaan	48
3. Legalitas Usaha dan Sertifikasi <i>Syarī'ah</i>	51
B. Bisnis tiens	56

1. Mekanisme Keanggotaan Tiens.....	56
2. Skema Bonus dan Reward.....	61
3. Tutup Poin.....	68
C. Praktik Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Tiens di Yogyakarta.....	70
1. Strategi Perekrutan.....	70
2. Fokus Bisnis.....	73
3. Kebijakan Tutup Poin.....	75
BAB IV.....	79
ANALISIS PRAKTIK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING TIENS.....	79
A. Analisis Interaksi Simbolik terhadap Konstruksi Praktik Bisnis dalam Jaringan Tiens.....	79
B. Analisis Praktik Bisnis Tiens Dalam Perspektif <i>Maqāṣid asy-Syarī'ah</i> Ibnu Asyur.....	85
BAB V.....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran-saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	I
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 sertifikasi jaminan halal	53
Gambar 3.2 Sertifikasi Penjualan Langsung Berjenjang <i>Syarī'ah</i>	55
Gambar 3.3 Cara register Tiens	56
Gambar 3.4 Sistem Peringkat Tiens.....	58
Gambar3.5 Perhitungan Komisi.....	61
Gambar 3.6 Perhitungan Bonus penjualan dan Manajemen	62
Gambar 3.7 Perhitungan Bonus Merit	64
Gambar 3.8 Reward special	65



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kewajiban Tutup Poin	69
--------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dinamika masyarakat modern saat ini ditandai dengan pergeseran orientasi ekonomi, di mana pencapaian kebebasan finansial (*financial freedom*) menjadi dambaan kolektif banyak orang. Di tengah ketidakpastian kerja, persaingan pasar tenaga kerja, serta naiknya biaya hidup, muncul hasrat untuk memiliki penghasilan yang besar, fleksibel, dan tidak terikat jam kerja formal. Narasi seperti kerja dari mana saja, tidur tapi tetap dapat uang, dan pensiun muda menjadi jargon yang akrab di kalangan kelas menengah. Fenomena ini direspons secara agresif oleh industri Multi Level Marketing (MLM) dengan menawarkan skema bisnis yang dikemas sebagai jalan pintas menuju kesuksesan. Narasi tersebut tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi dikonstruksi secara kuat melalui simbol-simbol visual yang memikat, seperti kepemilikan kendaraan mewah, rumah megah, perjalanan wisata ke luar negeri, pemberian hadiah fantastis di panggung-panggung besar, hingga kebebasan waktu untuk keluarga dan ibadah.¹

¹ Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Berkeley: University Of California, 1986), hlm. 2.

Dalam perspektif sosiologi, sebagaimana dijelaskan dalam teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer, manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimilikinya, dan makna tersebut muncul dari proses interaksi sosial yang berkelanjutan. Simbol-simbol kemewahan yang ditampilkan oleh para distributor MLM bukan sekadar benda mati, melainkan instrumen interaksi yang sengaja diciptakan untuk memengaruhi pemaknaan masyarakat tentang sukses. Melalui pertemuan rutin, training motivasi, unggahan di media sosial, dan testimoni kisah dari nol hingga miliarder, para distributor membentuk definisi situasi bahwa kesuksesan finansial adalah sesuatu yang mudah diraih selama seseorang bergabung dan serius menjalankan bisnis ini. Dalam konteks ini, simbol-simbol tersebut menjadi bahasa komunikasi yang bekerja secara halus, mendorong masyarakat untuk melihat MLM bukan sekadar pilihan usaha, tetapi sebagai tanda identitas baru: dari biasa saja menjadi orang sukses.²

Di Indonesia, PT. Tiens Indonesia (*Tiens Syarī'ah*) menempati posisi unik dalam fenomena ini. Tidak hanya menggunakan simbol kesuksesan material, Tiens juga mengapitalisasi simbol kesalehan spiritual melalui sertifikasi *Syarī'ah* dari Dewan *Syarī'ah* Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sejak tahun 2009. Label *Syarī'ah* ini menjadi simbol signifikan yang melegitimasi praktik bisnis mereka

² Teresia Noiman Derung, *Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat*, *Sapa 2* (2017), hlm. 11–13.

di mata masyarakat Muslim. Di ruang-ruang presentasi bisnis, dalam materi promosi, hingga narasi yang beredar di media sosial, sertifikasi *Syarī'ah* tersebut kerap dijadikan tameng teologis bahwa bergabung dengan Tiens bukan hanya aman secara hukum negara, tetapi juga halal dan sesuai dengan prinsip Islam. Interaksi simbolik yang terjadi di sini mengonstruksi persepsi bahwa bergabung dengan Tiens adalah tindakan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga aman secara teologis.³

Tercatat bahwa sertifikasi ini menjadikan Tiens sebagai pilihan utama bagi segmen pasar yang mengedepankan prinsip agama dalam berbisnis. Bagi banyak Muslim, khususnya yang sedang dalam proses hijrah dan ingin meninggalkan praktik ekonomi yang dianggap syubhat atau haram, keberadaan label *Syarī'ah* ini memberikan rasa tenang. Mereka merasa bukan sekadar mengejar profit, tetapi juga menjalankan bisnis bernilai ibadah. Dengan demikian, simbol-simbol kesalehan (seperti penggunaan istilah *Syarī'ah*, narasi rezeki halal, dan aktivitas keagamaan dalam jaringan) berpadu dengan simbol kemewahan material, membentuk konstruksi makna bahwa Tiens adalah ruang ideal untuk meraih sukses dunia-akhirat.⁴

Selain harus memenuhi prinsip *Syarī'ah*, praktik bisnis MLM di Indonesia juga

³ Dewan Syariah Nasional, Pedoman Penjualan Berjenjang Syariah, *NO:75/DSN MUI/VII/2009*, Pasal 2 Angka 2

⁴ Muthoifin al-Amin, *AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens Syariah* 7, no. 1 (2024), hlm. 5–13, <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i1.866>. Review.

terikat secara hukum positif melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Regulasi ini secara tegas melarang skema piramida dan menekankan penjualan barang sebagai basis bisnis, bukan sekadar permainan uang (money game). Oleh karena itu, penting untuk melihat apakah praktik di lapangan sudah sesuai dengan koridor hukum negara ini atau justru menyimpang.

Namun, terdapat disparitas (kesenjangan) yang tajam antara konstruksi konsep ideal tersebut (*das sollen*) dengan realitas praktik di lapangan (*das sein*). Secara normatif, klaim perusahaan dan beberapa penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa praktik distributor Tiens telah memenuhi asas kejujuran, keadilan, dan sesuai fatwa. Kajian-kajian tersebut umumnya berfokus pada struktur formal bisnis: menilai kesesuaian akad, sistem bonus, dan prosedur usaha dengan fatwa DSN-MUI. Secara tekstual, skema yang tertulis di dalam dokumen resmi tampak selaras dengan prinsip fikih muamalah. Namun, fakta empiris terbaru menunjukkan gambaran yang jauh lebih kompleks.⁵

Penelitian terdahulu menyoroti adanya konflik kepentingan pada distributor yang memiliki peran ganda, yakni sebagai penjual produk sekaligus perekrut anggota baru. Posisi ganda ini memicu kecenderungan menghalalkan segala cara demi mengejar target bonus dan kenaikan level. Dalam praktiknya, hal ini dapat mendorong

⁵ Muhammad Iqbal, Risnawati, Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Praktik Multi Level Marketing (Mlm) Syariah (Studi Tiens Syariah Di Kota Kendari), *E-Journal Iain Kediri*, No. Mlm (2023), hlm. 75–85.

lahirnya perilaku-perilaku tidak sehat seperti janji penghasilan yang dilebih-lebihkan, penutupan informasi mengenai risiko, hingga dorongan agar calon anggota berutang (misalnya melalui pinjaman online) demi membeli paket produk awal. Temuan ini diperkuat oleh indikasi bahwa di lapangan sering kali penekanan lebih besar diberikan pada bonus rekrutmen dan passive income tanpa kerja nyata, alih-alih pada penjualan dan pemanfaatan produk itu sendiri. Pola seperti ini mendekati praktik *money game* dan berpotensi mencederai harta anggota di lapisan bawah yang tidak memiliki posisi tawar kuat.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa pendekatan penelitian terdahulu yang hanya berfokus pada analisis legal-formal (fikih normatif) tidak lagi memadai untuk menjawab kompleksitas persoalan. Sekadar memverifikasi apakah akadnya sah atau apakah sesuai fatwa tidak cukup untuk menangkap realitas sosiologis bagaimana sistem ini bekerja memengaruhi cara berpikir, perilaku, dan relasi kuasa di antara para pelaku. Di satu sisi, secara teks sistem mungkin tampak sesuai *Syarī'ah*; namun di sisi lain, praktik komunikasi, teknik promosi, dan dinamika hubungan upline downline justru dapat melahirkan bentuk-bentuk ketidakadilan baru. Di sinilah tampak adanya jarak antara *Syarī'ah* sebagai norma ideal dengan *Syarī'ah* sebagai praktik sosial sehari-hari.

Oleh karena itu, diperlukan pisau analisis yang lebih tajam dan komprehensif untuk membedah konstruksi bisnis ini. Penelitian ini tidak berhenti pada pertanyaan apakah sesuai fatwa?, tetapi bergerak lebih jauh pada pertanyaan bagaimana praktik

ini mengonstruksi makna dan berdampak terhadap kemaslahatan sosial-ekonomi para anggotanya?⁶ Untuk menjawab hal tersebut, penelitian ini menggunakan dua pendekatan sekaligus. Pertama, Sosiologi Ekonomi dengan teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer untuk membongkar bagaimana Tiens mengonstruksi makna sukses dan *Syarī'ah* melalui simbol-simbol tertentu dalam proses perekrutan anggota. Fokusnya bukan hanya pada teks materi promosi, tetapi juga pada interaksi sehari-hari: bagaimana *upline* memotivasi *downline*, bagaimana testimoni disusun, dan bagaimana simbol-simbol religius serta kemewahan dipertukarkan dalam percakapan.

Melalui kacamata interaksionisme simbolik, makna rezeki halal, ikhtiar, tawakal, dan bisnis sunnah tidak dianggap sebagai sesuatu yang statis, tetapi sebagai hasil negosiasi yang terus-menerus dalam jaringan sosial MLM. Apa yang disebut kesuksesan *Syarī'ah* dalam Tiens sesungguhnya dibentuk, dinegosiasikan, dan direproduksi melalui training, pertemuan rutin, grup WhatsApp/ Telegram, dan berbagai aktivitas jaringan lainnya. Dengan analisis ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana simbol *Syarī'ah* dan berbagai atribut religius lainnya dipakai bukan hanya sebagai nilai, tetapi juga sebagai strategi pemasaran dan alat legitimasi.⁷

⁶ Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, hlm. 2.

⁷ Fadila Fujiyanti, Detya Wiryany, and Wawan Darmawan, "Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Sistem Perekrutan Prospek Multi-Level Marketing Tiens Di Kota Cimahi," *ArtComm* 7, no. 1 (2024), hlm. 37–47.

Kedua, penelitian ini menggunakan evaluasi substansial dengan paradigma *Maqāṣid asy-Syarī'ah* perspektif Ibnu Asyur. Berbeda dengan pendekatan maqashid klasik yang sering terkesan umum, bahwa pemikiran Ibnu Asyur sangat relevan untuk ekonomi kontemporer karena secara lebih rinci membagi tujuan *Syarī'ah* menjadi *Maqāṣid 'Āmmah* (Tujuan Umum: ketertiban sosial, persamaan) dan *Maqāṣid Khāṣṣah* (Tujuan Khusus dalam harta: dalam konteks mlm yaitu fokus pada keuntungan upline dan perusahaan). Pendekatan ini memungkinkan penilaian yang lebih konkret: apakah suatu praktik ekonomi benar-benar menjaga keteraturan sosial, mencegah eksploitasi, menjamin persamaan kesempatan, serta memastikan sirkulasi harta yang sehat dan informasi yang jelas di antara para pelaku.⁸

Pisau analisis Ibnu Asyur ini digunakan untuk menjawab pertanyaan kritis: Apakah konstruksi bisnis Tiens benar-benar menciptakan kemaslahatan umum (*Maqāṣid 'Āmmah*) berupa ketertiban sosial dan keadilan bagi semua level jaringan, atau justru hanya memfasilitasi akumulasi kekayaan bagi segelintir elit pendiri dan *upline* puncak (*Maqāṣid Khāṣṣah*) dengan memanfaatkan simbol agama? Apakah sirkulasi harta dalam jaringan Tiens berjalan secara proporsional dan sehat, atau justru mengalir deras ke atas sementara lapisan bawah menanggung risiko kerugian? Apakah informasi tentang risiko, potensi keuntungan, dan mekanisme bisnis disampaikan

⁸ Aunur Rofiq Julian Maharani, Ilfi Nur diana, Pemikiran Ibnu Asyur Tentang Maqashid Syariah Dalam Ekonomi Kontemporer 8, no. 03 (2022), hlm. 10, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5708>.

dengan jelas, atau justru tertutup di balik jargon motivasi dan janji-janji hiperbolik? Pertanyaan-pertanyaan ini menegaskan bahwa legalitas formal saja tidak cukup; yang diperlukan adalah evaluasi substantif terhadap dampak riil praktik bisnis terhadap perlindungan harta dan keadilan sosial.

Berdasarkan urgensi untuk mengevaluasi konstruksi bisnis pasca-sertifikasi ini baik dari sisi simbolik yang membentuk kesadaran masyarakat maupun dari sisi kemaslahatan substantif dalam perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah* penelitian ini berupaya mengisi kekosongan kajian yang selama ini lebih banyak berhenti pada tataran normatif-formal. Dengan menggabungkan perspektif Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer dan *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Ibnu Asyur, penelitian ini diharapkan tidak hanya mampu mengungkap bagaimana Tiens membangun citra MLM *Syarī'ah* yang sukses, tetapi juga menilai sejauh mana konstruksi tersebut selaras atau justru bertentangan dengan tujuan-tujuan dasar *Syarī'ah*.⁹

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini difokuskan untuk membedah secara kritis konstruksi bisnis MLM Tiens, dengan menelaah bagaimana simbol-simbol ekonomi dan agama dipertukarkan dalam interaksi sosial, serta mengevaluasi dampak substansialnya terhadap kemaslahatan umum (*Maqāṣid 'Āmmah*) dan khusus (*Khāṣṣah*) menggunakan perspektif Ibnu Asyur.

⁹ *Ibid*, hlm. 5.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis telah merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana konstruksi konsep bisnis dan mekanisme interaksi simbolik dalam praktik MLM Tiens?
2. Bagaimana analisis *Maqāṣid asy-Syarī'ah* perspektif Ibnu Asyur (*Maqāṣid 'Āmmah* dan *Maqāṣid Khāṣṣah*) terhadap praktik bisnis tersebut?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

- a. Mendeskripsikan dan menganalisis konstruksi konsep bisnis serta penggunaan simbol-simbol (seperti kemewahan dan label *Syarī'ah*) dalam interaksi sosial MLM Tiens menggunakan teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer.
- b. Mengevaluasi praktik bisnis MLM Tiens menggunakan perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Ibnu Asyur untuk menentukan keberpihakannya pada kemaslahatan umum (*Maqāṣid 'Āmmah*) dan sirkulasi harta yang sehat (*Maqāṣid Khāṣṣah*), atau justru hanya menguntungkan pihak tertentu.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi

pengembangan ilmu Hukum Ekonomi *Syarī'ah* dengan menawarkan pendekatan interdisipliner, yakni mengintegrasikan Sosiologi Ekonomi (Interaksionisme Simbolik) untuk membedah perilaku sosial, dan Filsafat Hukum Islam (Maqashid Ibnu Asyur) untuk mengevaluasi substansi hukum. Hal ini diharapkan dapat melengkapi literatur terdahulu yang cenderung hanya berfokus pada analisis normatif-legalistik (fikih muamalah).

b. Kegunaan Praktis

penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi DSN-MUI dan DPS terkait efektivitas sertifikasi *Syarī'ah*, memberikan masukan bagi perusahaan MLM seperti Tiens untuk memperbaiki praktik bisnis, serta membantu masyarakat dan regulator memahami risiko dan kemaslahatan MLM.

D. Telaah Pustaka

Pemetaan literatur akademis mengenai praktik bisnis MLM Tiens *Syarī'ah* di Indonesia menunjukkan adanya temuan yang beragam dan seringkali berada dalam posisi yang saling kontradiktif. Sejumlah penelitian terdahulu yang telah dilakukan terbagi fokusnya; sebagian menganalisis aspek kepatuhan formal (*formal compliance*) terhadap kaidah-kaidah *fiqh muamalah* dan Fatwa DSN-MUI, sementara sebagian lainnya yang terjun ke lapangan justru menemukan adanya penyimpangan praktik (*yuridis-empiris*) yang signifikan. Keragaman dan disonansi temuan inilah yang menjadi dasar justifikasi untuk penelitian ini, yang mengusulkan kerangka analisis yang lebih tinggi, yakni *Maqāsid asy-Syarī'ah*, untuk menyelesaikan kontradiksi

tersebut. Berikut adalah telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Penelitian Risnawati (2022) berjudul *Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Praktik MLM Syarī'ah (Studi Tiens Syarī'ah di Kota Kendari)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif empiris untuk menganalisis sistem yang dijalankan oleh distributor Tiens di Kendari, yang mencakup proses perekrutan anggota dan penjualan produk. Temuan utama dari penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik yang dijalankan oleh para distributor Tiens telah memenuhi asas-asas fikih muamalah. Asas-asas yang dinyatakan terpenuhi tersebut meliputi asas keadilan, asas kebebasan, asas persamaan, asas kerelaan, serta asas kejujuran dan kebenaran. Titik beda dari penelitian ini adalah fokusnya yang terbatas pada verifikasi formal asas fikih. Kajian ini belum menyentuh aspek sosiologis mengenai bagaimana asas-asas tersebut dikonstruksi dan dimaknai oleh para member dalam interaksi sosial. Selain itu, analisisnya belum menggunakan perspektif Maqashid Ibnu Asyur untuk menguji apakah klaim adil tersebut benar-benar menciptakan ketertiban sosial (*Intizām*) dan persamaan (*musawah*) secara riil, atau hanya formalitas di atas kertas.¹⁰

Penelitian Dea Lailatul M. dan M. Syifa Amin Widigdo (repository UMY) berjudul *Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens Syarī'ah di Yogyakarta*. Penelitian kualitatif deskriptif ini menemukan adanya

¹⁰ Muhammad Iqbal, *Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Praktik Multi Level Marketing (Mlm) Syariah (Studi Tiens Syariah Di Kota Kendari)*, hlm. 3

disonansi krusial dalam praktik di lapangan. Ditemukan bahwa meskipun praktik penjualan produk oleh distributor Tiens di Yogyakarta telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, namun praktik perekrutan mitra bisnis baru justru ditemukan sebaliknya. Secara spesifik, dalam praktik perekrutan, ditemukan adanya empat prinsip etika bisnis Islam yang belum diterapkan, yaitu: (1) Prinsip Kejujuran, (2) Prinsip Amanah, (3) Prinsip Tidak Mengandung Unsur *Gharar* (ketidakjelasan/spekulasi), dan (4) Prinsip Saling Menguntungkan. Kesenjangan (titik beda) dari studi ini adalah, meskipun secara empiris telah mengidentifikasi adanya *gharar* dalam praktik perekrutan (yang secara langsung bertentangan dengan temuan Risnawati (2022), analisisnya terbatas pada kerangka *Etika Bisnis Islam* (pelanggaran perilaku individu).¹¹ Meskipun studi ini berhasil mengidentifikasi penyimpangan etis dan unsur *gharar*, analisisnya berhenti pada penilaian perilaku individu (oknum). Penelitian ini belum menggunakan teori Interaksionisme Simbolik untuk membongkar bagaimana ketidakjujuran tersebut sebenarnya adalah hasil dari konstruksi makna strategi marketing yang diajarkan secara turun-temurun. Lebih lanjut, studi ini belum meninjau dampak *gharar* tersebut menggunakan indikator *Maqāṣid Khāṣṣah* Ibnu Asyur, khususnya terkait prinsip perputaran harta (*Rawāj*) dan kejelasan (*Wuḍūh*), apakah sistem ini menghambat sirkulasi harta yang sehat di kalangan member bawah.

¹¹ Dea Lailatul M. dan M. Syifa Amin Widigdo, and Fakultas, Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens Syariah Di Yogyakarta, 2021, hlm. 1–16.

Penelitian Eva Febriyanti (2025) berjudul Pemberian Bonus Pada Multi Level Marketing Tiens *Syarī'ah* Dalam Analisis Fatwa DSN MUI No 75/DSN MUI/VII/2009. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris untuk menganalisis sistem bonus Tiens *Syarī'ah* di Pekalongan. Temuannya mengungkap bahwa terdapat kebijakan pemberian bonus yang tidak sepenuhnya sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI No.75/2009. Ketidaksesuaian ini mencakup poin krusial, seperti pemberian komisi yang tidak didasarkan pada penjualan produk dan adanya bonus perekrutan anggota baru tanpa pembinaan atau kontribusi nyata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelanggaran-pelanggaran ini berpotensi mengarah pada praktik *money game* yang secara tegas dilarang.¹² Kesenjangan (titik beda) dari penelitian ini adalah fokus analisisnya yang terbatas pada analisis kepatuhan fatwa (legal-positif). Studi ini menjawab pertanyaan Apakah praktik bonus Tiens sesuai dengan Fatwa No.75? (Jawabannya:Tidak). Akan tetapi, Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-empiris yang berfokus pada kepatuhan fatwa (legal-positif). Studi ini belum menjawab pertanyaan mendalam: Bagaimana simbol-simbol bonus ini digunakan untuk memikat member? (perspektif Blumer), dan Apakah praktik bonus ini hanya menguntungkan segelintir elit (*Maqāṣid Khāṣṣah*) atau benar-benar membawa kemaslahatan umum (*Maqāṣid 'Āmmah*)? (perspektif Ibnu Asyur).

¹² Eva Febriyanti, Pemberian Bonus Pada Multi Level Marketing Tiens Syariah Dalam Analisis Fatwa Dsn Mui No 75/Dsn Mui/Vii/2009 (2025).hlm. 7.

Penelitian Indry Setyo Winarti (2020) berjudul Sistem MLM Pada PT Tiens Indonesia Perspektif *Az-Zarī'ah*. Penelitian lapangan ini menganalisis sistem MLM Tiens menggunakan kerangka *Az-Zarī'ah* (sarana atau jalan). Temuannya menyimpulkan bahwa sistem MLM pada PT Tiens Indonesia (termasuk perekrutan, penjualan, dan jenjang karir) sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No.75 dan tidak ada perbuatan yang dilarang. Lebih lanjut, penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem ini memiliki hukum halal dan dapat membuka jalan menuju kebaikan atau dikategorikan sebagai *Fath az-Zarī'ah*.¹³ Kesenjangan (titik beda) dari penelitian ini adalah temuannya yang kembali menunjukkan sesuai, yang secara langsung berkontradiksi dengan temuan empiris Dea Lailatul M. dan Eva Febriyanti. Kontradiksi ini menyoroti kelemahan analisis *fiqh* formal; Kelemahan studi ini terletak pada penggunaan dalil *Sadd az-Zarī'ah* yang cenderung normatif tanpa melihat realitas interaksi simbolik di lapangan. Analisisnya belum menimbang fakta tersebut dengan pisau *Maqāsid asy-Syarī'ah* Ibnu Asyur, yang menuntut pembuktian apakah sistem ini benar-benar membawa *maslahah* bagi publik, atau justru menjadi alat eksploitasi yang merusak tatanan sosial.

Berdasarkan pemetaan di atas, terlihat bahwa literatur yang ada masih terfragmentasi antara pendekatan normatif (*fiqh/fatwa*) dan etika bisnis. Belum ada

¹³ Indry Setyo Winarti, Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Pada Pt Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari'ah Skripsi (2020), hlm. 53.

penelitian yang secara komprehensif memadukan analisis konstruksi sosial (bagaimana sistem ini bekerja memengaruhi masyarakat lewat simbol) dengan evaluasi filosofis-substantif (apakah sistem ini mewujudkan tujuan *Syarī'ah* yang luas).

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan (*gap*) tersebut dengan menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer untuk membedah praktik lapangan, dan Teori *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Ibnu Asyur (fokus pada *Maqāṣid 'Āmmah* dan *Khāṣṣah*) untuk mengevaluasi dampak kemaslahatannya secara utuh, melampaui sekadar perdebatan sertifikasi halal.

E. Kerangka Teoritik

Untuk membedah konstruksi bisnis MLM Tiens yang kompleks, penelitian ini menggunakan dua pisau analisis utama secara integratif, yaitu Sosiologi Ekonomi dan Filsafat Hukum Islam.

1. Teori Interaksionisme Simbolik (Herbert Blumer)

Teori ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama mengenai bagaimana konsep bisnis Tiens dikonstruksi dan bagaimana mekanisme perekrutan bekerja. Menurut Herbert Blumer, manusia tidak bereaksi terhadap dunia secara otomatis, melainkan bertindak berdasarkan makna (*meaning*) yang mereka berikan terhadap sesuatu.

Dalam konteks penelitian ini, Blumer menekankan tiga premis utama:

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu (misalnya: tawaran bisnis Tiens)

berdasarkan makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka (misalnya: makna sukses, kaya, atau *Syarī'ah*).

- b. Makna tersebut tidak inheren, melainkan muncul dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain. Di sinilah peran distributor Tiens yang menggunakan simbol-simbol (mobil mewah, sertifikat *Syarī'ah*, perjalanan luar negeri) untuk mengonstruksi makna kesuksesan di benak calon anggota.
- c. Makna tersebut disempurnakan melalui proses interpretasi saat individu menghadapi hal tersebut.¹⁴

Teori ini relevan untuk membongkar bagaimana simbol-simbol agama (label *Syarī'ah*) dan simbol material (kemewahan) dipertukarkan dalam interaksi sosial untuk mengubah hubungan pertemanan/kekeluargaan menjadi hubungan transaksional ekonomi.

2. Teori *Maqāsid asy-Syarī'ah* (Muhammad Thahir Ibnu Asyur)

Teori ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua sebagai pisau evaluasi substantif. Berbeda dengan pendekatan klasik yang seringkali terpaku pada perlindungan individu (*Hifz al-Māl* dalam arti sempit), Ibnu Asyur mengembangkan *Maqāsid asy-Syarī'ah* menjadi dimensi yang lebih luas dan relevan untuk ekonomi kontemporer, yaitu:

- a. *Maqāsid 'Āmmah* (Tujuan Umum) : Menekankan pada aspek ketertiban sosial

¹⁴ Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, hlm. 2-5.

(*Intizām*), persamaan (*Al-Musāwah*), dan kemaslahatan publik. Indikator ini digunakan untuk menilai apakah sistem MLM Tiens menciptakan ketertiban ekonomi yang adil atau justru memicu ketimpangan sosial antara *upline* dan *downline*.

- b. *Maqāsid Khāṣṣah* (Tujuan Khusus dalam Harta) : Menekankan pada aspek perputaran harta dan kejelasan transaksi. Ibnu Asyur menegaskan bahwa *Syarī'ah* bertujuan agar harta beredar luas di masyarakat, bukan menumpuk pada segelintir orang.

Dengan menggabungkan kedua teori ini, penelitian ini tidak hanya melihat *apa* yang dilakukan Tiens (melalui Interaksionisme Simbolik), tetapi juga menilai bagaimana kualitas kemaslahatannya (melalui Maqashid Ibnu Asyur) apakah benar-benar untuk kemaslahatan umum atau hanya keuntungan segelintir elit (*Maqāsid Khāṣṣah*).¹⁵

F. Metode Penelitian

Pada hakikatnya, metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data demi tujuan dan kegunaan tertentu. Bahwa cara ilmiah berarti prosedur penelitian dilaksanakan berdasarkan kaidah keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis.

¹⁵ Aunur Rofiq, *Pemikiran Ibnu Asyur Tentang Maqashid Syariah Dalam Ekonomi Kontemporer*, hlm. 7.

Dengan kata lain,¹⁶ metode penelitian menyediakan kerangka kerja agar penelitian berlangsung teratur dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga data yang diperoleh valid serta selaras dengan tujuan penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris. Pada dasarnya, penelitian yuridis empiris adalah penggabungan antara pendekatan hukum normatif dengan adanya penambahan berbagai unsur empiris. Metode ini dapat diartikan sebagai sebuah cara meneliti hukum yang memandang hukum tidak hanya sebagai seperangkat aturan yang bersifat normatif (apa yang seharusnya), melainkan melihat hukum sebagai gejala sosial yang nyata dalam kehidupan masyarakat (apa yang senyatanya terjadi).

Dalam konteks ini, sisi yuridis digunakan karena penelitian tetap berpijak pada peraturan perundang-undangan atau hukum tertulis yang menjadi landasan normatif. Sedangkan sisi empiris merujuk pada cara penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat penerapan peraturan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat dan menelaah efektivitas hukum dalam penerapannya.¹⁷

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 13.

¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

Fokus utama dari pendekatan ini adalah menelaah kesenjangan yang mungkin terjadi antara aturan tertulis dengan fakta di lapangan. Hukum seringkali dikonsepsikan sebagai alat untuk mengatur masyarakat, namun dalam pelaksanaannya sering terjadi dinamika yang berbeda dengan teks peraturan.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak berhenti pada analisis teks undang-undang semata, melainkan melangkah lebih jauh untuk menganalisis perilaku masyarakat hukum. Penulis berusaha menggali data mengenai tingkat kepatuhan, pola perilaku, serta faktor-faktor yang mempengaruhi berjalannya suatu hukum pada lokasi penelitian yang telah ditentukan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan objektif mengenai realitas hukum yang hidup di tengah masyarakat.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis. Artinya, peneliti berupaya mendeskripsikan karakteristik fenomena secara teliti berdasarkan fakta-fakta yang ada, kemudian melakukan analisis mendalam terhadap fakta tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan kata lain, praktik bisnis MLM Tiens yang diamati akan dilukiskan apa adanya sesuai kenyataan di lapangan, lalu ditelaah lebih lanjut menggunakan kerangka *Maqāṣid asy-Syarī'ah* sebagai pisau analisis utama.

3. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif

(penelitian lapangan). Penelitian kualitatif sering disebut penelitian naturalistik karena dilaksanakan pada kondisi alamiah tanpa manipulasi konteks. Metode kualitatif berlandaskan filsafat postpositivisme dan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama; teknik pengumpulan datanya bersifat kombinasi (*triangulasi*), analisis datanya induktif, dan hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi statistik. Melalui pendekatan kualitatif ini, peneliti berupaya memahami praktik bisnis MLM Tiens secara mendalam dalam konteks nyata, dengan fokus pada perspektif serta pengalaman para subjek penelitian di lapangan.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data pokok yang diperoleh peneliti langsung dari sumber pertama melalui wawancara terstruktur. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil wawancara terstruktur dengan 3 Tipe informan yaitu distributor aktif, mantan distributor dan mantan prospek yang pernah bersinggungan dengan Tiens di Yogyakarta. Total informan yang di wawancari berjumlah 7 orang (sebagai subjek penelitian), yang memberikan informasi langsung mengenai praktik bisnis MLM Tiens yang mereka jalankan.
- b. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh tidak secara langsung dari subjek penelitian. Tetapi studi kepustakaan dengan membaca

dan mengutip buku, jurnal, serta bahan lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa bahan hukum, yaitu:

1) Bahan Hukum Primer

- a) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- b) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019
- c) Fatwa DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009

2) Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yaitu: buku, jurnal, skripsi, artikel dan internet.

3) Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang mendukung antara bahan hukum primer dan sekunder yaitu kamus hukum, kamus besar Bahasa Indonesia, dan ensiklopedia.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.¹⁸

- a. Observasi (pengamatan) dilakukan untuk melihat langsung aktivitas dan

¹⁸ Salim, Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 46.

konteks operasional bisnis MLM Tiens di lapangan. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas yang berlangsung, siapa saja individu yang terlibat beserta perilakunya, serta memahami makna setiap kejadian berdasarkan perspektif para pelaku. Dalam pelaksanaannya, peneliti dapat hadir sebagai pengamat pasif dalam pertemuan atau sesi pelatihan Tiens guna mencatat hal-hal penting yang muncul selama kegiatan berlangsung.

- b. Wawancara digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh data dari subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan format wawancara terstruktur, di mana peneliti menggunakan pedoman pertanyaan yang telah tersusun secara sistematis, baku, dan lengkap. Dalam pelaksanaannya, peneliti mengajukan urutan pertanyaan yang sama persis kepada setiap narasumber tanpa menyimpang dari instrumen yang telah ditetapkan. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalisir bias pewawancara dan menjaga keseragaman informasi. Melalui wawancara terstruktur dengan beberapa informan distributor Tiens terpilih, diharapkan diperoleh data yang fokus, konsisten, dan komparabel mengenai pengalaman serta strategi mereka terkait praktik bisnis MLM Tiens.¹⁹

¹⁹ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, cet. ke-2 (Jakarta: PT Raja Grafindo, 1998), hlm. 36.

- c. Dokumentasi dilakukan dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Teknik dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan menelaah dokumen yang dibuat oleh subjek maupun pihak lain terkait subjek penelitian. Dokumen yang dimanfaatkan dalam penelitian ini antara lain berupa materi pelatihan dan modul bisnis Tiens, catatan atau laporan penjualan, brosur serta media promosi, maupun arsip-arsip resmi perusahaan. Data dari studi dokumentasi ini berguna untuk mendukung hasil observasi dan wawancara, sekaligus memberikan konteks serta informasi tambahan yang memperkaya analisis.²⁰

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan mengikuti model analisis interaktif Miles dan Huberman. Model analisis Miles dan Huberman terdiri dari tiga tahap utama, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (*verifikasi*). Pertama, data mentah hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi dengan cara memilah dan merangkum informasi yang relevan, sehingga diperoleh data yang telah tersaring sesuai fokus penelitian. Kedua, penyajian data dilakukan dengan menampilkan

²⁰ Salim, Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*, hlm 46.

informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk terorganisir (misalnya dalam narasi deskriptif atau tabel sederhana), sehingga memudahkan peneliti dalam melihat pola dan menarik makna dari data tersebut. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan melakukan interpretasi terhadap informasi yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Proses analisis ini dijalankan secara induktif, yakni peneliti menarik simpulan umum dari berbagai fakta khusus yang ditemukan di lapangan. Sepanjang proses analisis, peneliti merujuk pada kerangka *Maqāṣid asy-Syarī'ah* sebagai alat interpretasi utama; artinya, temuan empiris mengenai praktik bisnis Tiens dievaluasi dan disimpulkan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip *Maqāṣid asy-Syarī'ah*.²¹ Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan mencerminkan kondisi faktual di lapangan sekaligus mengacu pada perspektif tujuan *Syarī'ah*.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi berjudul Analisis Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens dalam Perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah*, penulis menyusun sistematika pembahasan ke dalam lima bab utama guna menghadirkan uraian yang sistematis, logis, dan saling berkaitan antar bagian. Sistematika ini bertujuan untuk memudahkan pembaca

²¹ Rony Zulfirman, "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Man 1 Medan," *Jpp Jurnal* 3, No. 2 (2022), hlm. 14–15.

memahami alur dan substansi penelitian secara menyeluruh. Adapun pembagiannya adalah sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang menjadi dasar pijakan bagi keseluruhan penelitian. Pada bab ini dibahas latar belakang masalah yang menjelaskan urgensi penelitian mengenai praktik bisnis MLM Tiens dalam perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah*. Selain itu, bab ini memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta sistematika pembahasan. Bab ini penting untuk memberikan gambaran awal mengenai arah dan ruang lingkup pembahasan yang akan dilakukan.

BAB II berisi kajian teoritis mengenai konsep MLM, *Maqāṣid asy-Syarī'ah*, dan pemasaran *Syarī'ah*. Bab ini membahas pengertian dan karakteristik sistem MLM secara umum, termasuk perbedaan antara MLM konvensional dan MLM *Syarī'ah* berdasarkan fatwa DSN-MUI. Selanjutnya, dibahas secara mendalam teori *Maqāṣid asy-Syarī'ah* dengan fokus pada tujuan perlindungan harta (*Hifz al-Māl*) sebagai dasar etika ekonomi Islam. Dilengkapi pula dengan teori pemasaran *Syarī'ah* yang menekankan prinsip keadilan, kejujuran, dan kebermanfaatannya dalam praktik bisnis. Kajian dalam bab ini menjadi fondasi teoritis bagi analisis yang dilakukan pada bab selanjutnya.

BAB III memuat gambaran umum mengenai perusahaan Tiens dan sistem bisnis

yang dijalankannya. Dalam bab ini dibahas profil singkat perusahaan, struktur jaringan, sistem bonus, metode perekrutan, serta mekanisme distribusi produk. Penulis juga mengulas praktik bisnis yang dilakukan oleh para anggota MLM Tiens, khususnya di wilayah Yogyakarta, dengan menampilkan temuan lapangan dari hasil observasi dan wawancara. Uraian ini disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran nyata mengenai pelaksanaan bisnis MLM Tiens dalam praktiknya.

BAB IV merupakan inti dari penelitian yang berisi analisis terhadap praktik bisnis MLMTiens berdasarkan perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah*. Pada bagian ini, penulis menilai sejauh mana sistem dan aktivitas bisnis Tiens sesuai dengan prinsip *Hifz al-Māl* (menjaga harta) dan nilai-nilai *Maqāṣid asy-Syarī'ah* lainnya, seperti kejujuran, keadilan, dan keberlanjutan. Analisis dilakukan dengan membandingkan temuan empiris di lapangan dengan standar normatif yang terdapat dalam fatwa DSN-MUI dan teori *Maqāṣid asy-Syarī'ah*. Bab ini juga membahas potensi penyimpangan atau kerawanan etis yang mungkin timbul dari praktik MLM, serta memberikan evaluasi apakah bisnis Tiens dapat dikategorikan sebagai MLM yang sesuai prinsip *Syarī'ah*.

BAB V merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dan menjawab rumusan masalah secara ringkas, padat, dan sistematis. Saran disampaikan sebagai bentuk kontribusi ilmiah penulis terhadap pengembangan praktik bisnis yang berlandaskan *Syarī'ah*, serta rekomendasi untuk perusahaan Mlm, Masyarakat, Dan Peneliti

Selanjutnya Dalam Mengkaji Dan Menerapkan Prinsip *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Dalam Dunia Bisnis.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian penelusuran data lapangan dan analisis mendalam mengenai praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Tiens di Yogyakarta, penelitian ini menyimpulkan bahwa telah terjadi transformasi fundamental pada pasca tahun 2024 yang mengubah wajah praktik bisnis ini, baik dari sisi konstruksi sosial maupun kepatuhan terhadap substansi *Syarī'ah*. Perubahan strategi dari pola konvensional yang agresif menuju pola digital yang lebih inklusif bukan sekadar adaptasi teknologi, melainkan sebuah pergeseran paradigma yang memengaruhi kualitas muamalah di dalamnya.

Konstruksi Konsep bisnis tiens jika dilihat melalui interaksi simbolik yang terbangun tidak lagi bersifat intrusif atau memaksa (*door-to-door*), melainkan bergeser menjadi atraktif melalui strategi *personal branding* di media sosial. Simbol kesuksesan yang dipertukarkan kini bukan sekadar kemewahan materi, melainkan dicitrakan ulang sebagai produktivitas kaum muda yang mandiri, di mana label *Syarī'ah* berfungsi sebagai instrumen kepercayaan (*trust*) yang melegitimasi transparansi akad dan bukan sekadar tameng teologis.

Ditinjau dari perspektif Maqashid *Syarī'ah* Ibnu Asyur, validitas praktik bisnis ini bertumpu pada keseimbangan dinamis antara *Maqāsid Khāṣṣah* dan *Maqāsid*

‘Āmmah. Meskipun struktur bisnis secara alami menguntungkan perusahaan dan *upline (Maqāṣid Khāṣṣah)*, kemaslahatan umum (*Maqāṣid ‘Āmmah*) tetap tercapai melalui mekanisme transfer *skill* digital marketing dan edukasi bisnis yang menjadi kompensasi nilai bagi para anggota. Dengan demikian, prinsip *Hifz al-Māl* (perlindungan harta) dalam sistem ini terpenuhi secara kondisional harta anggota terjaga dan berdaya guna selama sistem pendukung fokus pada edukasi penjualan produk riil yang menciptakan kemandirian ekonomi, dan bukan pada mobilisasi dana atau penumpukan stok barang (*inventory loading*) yang berpotensi merugikan member di level terbawah

B. Saran-saran

1. Bagi Perusahaan dan Distributor Tiens

Disarankan untuk konsisten mempertahankan kebijakan penghapusan Tutup Poin bagi member baru demi keberlangsungan finansial mitra usaha kecil. Selain itu, dalam menerapkan strategi validasi di media sosial, distributor harus menjunjung tinggi prinsip kejujuran (*Siddiq*) agar tidak terjebak pada promosi yang berlebihan (*overclaim*).

2. Bagi Dewan *Syarī‘ah* Nasional (DSN-MUI)

Perlu dilakukan peninjauan berkala yang tidak hanya terpaku pada Marketing Plan tertulis, tetapi juga mencakup pengawasan terhadap etika promosi digital di lapangan untuk memastikan label *Syarī‘ah* benar-benar tecermin dalam praktik.

3. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan lebih kritis dalam membedakan antara skema money game dengan bisnis penjualan langsung yang sah, dengan melihat indikator utama pada fokus penjualan produk yang memiliki nilai manfaat riil.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memperluas jangkauan subjek penelitian secara nasional atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh strategi Digital Branding terhadap persepsi kepercayaan masyarakat pada label MLM *Syari'ah*.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fikih/Ushul Fikih

- Al-amin, Muthoifin. "AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens *Syarī'ah*" 7, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i1.866.Review>.
- Ashur, muhammad al-ahir ibn. *Treatise On Maqasid Al-Shariah*. Trans Moha. London: The International Institute Of Islamic Thought, 2013.
- Danendra, Agung, Priya Kayana, Program Studi Informatika, Program Studi, Bisnis Digital, Media Sosial, Brand Awareness, and Pemasaran Digital. "Meningkatkan Penjualan Tiens Denpasar Melalui Pengelolaan Sosial Media." *Jurnal Widya Laksmi* 5, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.59458/jwl.v5i2.177>.
- Dea Lailatul M. dan M. Syifa Amin Widigdo, S.Ag., Ph.d., and Fakultas. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis Multi Level Marketing Tiens *Syarī'ah* Di Yogyakarta," 2021.
- Febriani, Elisa Rahayu. "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Sistem Pemberian Reward Bisnis Multi Level Marketing Tiens *Syarī'ah* (Studi Pada Upline MLM Tiens *Syarī'ah* Di Kantor Stokis Jl. Binakrida, Panam, Pekanbaru)," 2025.
- Hasim, Syarif, Muhamad Izazi Nurjaman, Hulaiva Pary, Ikin Rojikin, and Dena Ayu. "Implementation of Agreements in Multi Level Marketing (MLM) Business Schemes Based on Sharia Principles" 9, no. 03 (2023). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10815>.
- Julian Maharani, Ilfi Nur diana, Aunur Rofiq. "Pemikiran Ibnu Asyur Tentang *Maqāsid asy-Syarī'ah* Dalam Ekonomi Kontemporer" 8, no. 03 (2022). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5708>.

Risnawati, Muhammad Iqbal. "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Praktik Multi Level Marketing (Mlm) *Syarī'ah* (Studi Tiens *Syarī'ah* Di Kota Kendari)." *E-Journal Iain Kediri*, no. Mlm (2023).

Febriyanti, Eva. "Pemberian Bonus Pada Multi Level Marketing Tiens *Syarī'ah* Dalam Analisis Fatwa Dsn Mui NO 75/DSN MUI/VII/2009," 2025.

2. Hukum

Indonesia, Undang-Undang Republik. "Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan,".

PERMENDAG. "Peraturan Menteri Perdagangan Tentang Distribusi Barang Secara Langsung,," 2019.

Nasional, Dewan *Syarī'ah*. "Pedoman Penjualan Berjenjang *Syarī'ah*." *NO:75/DSN MUI/VII/2009*, No. 51 (2009).

3. Lain-lain

Amiruddin. *Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syarī'ah*. Edited by Mutmainnah. Sulawesi Selatan: CV.Berkah Utami, 2021.

Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University Of California, 1986.

John M. Echol, Hassan Shadily. *Kamus Indonesia-Inggris: An Indonesian-English Dictionary*. Edisi ke 3. Jakarta: PT Gramedia, 2003.

Kiyosaki, Robert. *Rich Dad's Cashflow Quadrant: Guide To Financial Freedom*. Scottsdale: Plata Publishing, 2011.

Kompas, "Tiens Siapkan 10.000 Leader Profesional Global Terkemuka Pada 2022". Di Akses Pada 12 Januari 2026. <https://biz.kompas.com/read/2022/03/10/135719628/tiens-siapkan-10000-leader-profesional-global-terkemuka-pada-2022>.

Kompas. "Rayakan HUT Ke-27, Tiens Group Umumkan Inovasi dan Perjalanan Wisata 15.000 Mitra Bisnis ke Indonesia". Di akses Pada 12 Januari 2026, <https://biz.kompas.com/read/2022/08/12/134304428/rayakan-hut-ke-27-tiens-group-umumkan-inovasi-dan-perjalanan-wisata-15000-mitra>

Mead, George H. *Mind, Self, And Society: From The Standpoint Of A Social Behaviorist*. Charles W. Chicago: The University Of Chicago Press, 1934

Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.

Syahrum, Salim. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Cet. ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo, 1998.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Ritzer, George. *The Blackwell Companion to Major Classical Social Theorists*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.

Derung, Teresia Noiman. *Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat*. Sapa 2 (2017).

Fujiyanti, Fadila, Detya Wiryaning, and Wawan Darmawan. "Strategi Komunikasi

Bisnis Dalam Sistem Perekrutan Prospek Multi-Level Marketing Tiens Di Kota Cimahi.” *ArtComm* 7, no. 1 (2024).

Finance, Detik. n.d. *MLM Asal China Dapat Sertifikat Halal & Syarī‘ah dari MUI*, ". Accessed Januari 06, 2026. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2141457/mlm-asal-china-dapat-sertifikat-halal-Syarī‘ah-dari-mui>.

ilmie, M. Irfan. n.d. *Perusahaan China Tiens incar bisnis transaksi elektronik Indonesia*. Accessed Januari 06, 2026. <https://www.antaraneews.com/berita/763184/perusahaan-china-tiens-incar-bisnis-transaksi-elektronik-indonesia>.

Indonesia, Asosiasi Penjualan Langsung. n.d. *Daftar Anggota*. Accessed Januari 06, 2026. <https://www.apli.or.id/member/pt-singa-langit-jaya>.

Panjimas. n.d. *"Bersertifikat Syarī‘ah, Tiens Ingin Umat Islam Nyaman Konsumsi Produk Halal"*. Accessed Januari 06, 2026. <https://www.panjimas.com/news/2018/01/22/bersertifikat-Syarī‘ah-tiens-ingin-umat-islam-nyaman-konsumsi-produk-halal/>.

Puspaningtyas, Lida. n.d. *"MUI Sebut Ada Sembilan MLM yang Memiliki Sertifikasi Halal"*. Accessed Januari 06, 2026. <https://khazanah.republika.co.id/berita/po9li4430/mui-sebut-ada-sembilan-mlm-yang-memiliki-sertifikasi-halal>.

Wire, Pr. n.d. *Tiens Group luncurkan strategi branding global terbaru yang membidik generasi muda*. Accessed Januari 06, 2026. <https://www.antaraneews.com/berita/682756/tiens-group-luncurkan-strategi-branding-global-terbaru-yang-membidik-generasi-muda>.

Ghoni, Abdul, and Muhammad Sofwan Jauhari. “Urgensi Asesmen Dan Sertifikasi Dewan Syarī‘ah Nasional (DSN) MUI Bagi Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang (Multi Level Marketing / Mlm).” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6 (2022). <https://doi.org/DOI : 10.30868/ad.v6i01.2342>.

Tiens. “About Tiens.” Di Akses Pada 1 Januari 2026. <https://m-in.tiens.com/singlePage?id=54>.

———. “About Us.” Di Akses Pada 1 January 2026. <https://tiens.co.id/aboutus/>.

———. “Contact Us,” Di Akses Pada 1 Januari 2026. <https://tiensvision.wordpress.com/contact-us/>.

———. “Info Mitra Usaha.” Di Akses Pada 1 Januari 2026. https://tiens.co.id/mpdanetik_ukiv/.

Ulya, Nadziratul Nur Awali Khoirunnisa Nuris Sirrul Laily. “Analisis Pemasaran Direct Selling Mlm *Syari’ah* Member Pt Tiens.” *Journal of Islamic Studies and Humanities* 6, no. 2 (2021). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/jish.v6i2.8999>.

Wahab, Muhammad Abdul. *Fiqih Muamalah Multi Level Marketing*. Edited by Hisyam. Pertama. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2021.

Winarti, Indry Setyo. “Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Pada Pt Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari’ah Skripsi,” 2020.

———. Wawancara dengan Yeni, 2 star cloud lion, Yogyakarta 29 Desember 2025

———. Wawancara dengan Eggy Bintang 6, Yogyakarta 30 Desember 2025

———. Wawancara dengan Azmi, Bintang 6, Yogyakarta 30 Desember 2025

———. Wawancara dengan Ersy, Prospek, Yogyakarta 30 Desember 2025

———.Wawancara Dengan Farah,Bintang 4,Yogyakarta 27 Desember 2025

———.Wawancara Dengan Ahkam,Bintang 4, Yogyakarta 30 Desember 2025

———.Wawancara Dengan Zainal,Bintang 4, Yogyakarta 28 Desember 2025

Zulfirman, Rony. “Implemetasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Man 1 Medan.” *Jpp Jurnal* 3, No. 2 (2022).



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA