

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
SEKILAS TENTANG PENULIS	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	7
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II KONSEP DASAR MULTI LEVEL MARKETING (MLM)	17
A. Pengertian Multilevel Marketing	17
B. Sejarah dan Perkembangan Multi Level Marketing	20
C. Tujuan Multi Level Marketing	24
D. Kontroversi Multi Level Marketing	29
E. Jenis dan Bentuk Multi Level Marketing	32
F. Produk Multi Level Marketing	36
BAB III FATWA DSN-MUI DAN FATWA LAJNAH DAIMAH TENTANG MLM	40
A. Fatwa Dsn-Mui No 75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)	40
1. Gambaran Singkat Profil Lembaga MUI	40
2. Tugas Pokok, Fungsi dan Wewenang DSN	43

3.	Mekanisme dan Kedudukan Fatwa DSN-MUI	45
4.	Dasar Pertimbangan Ijtihad Tathbiqi Fatwa DSN-MUI No 75 Tahun 2009 Tentang PLBS	51
B.	Fatwa Lajnah Daimah No 22935 Tentang MLM	76
1.	Gambaran Singkat Profil Lembaga Lajnah Daimah	76
2.	Tugas Pokok, Fungsi dan Wewenang Lajnah Daimah	79
3.	Mekanisme dan Kedudukan Fatwa Lajnah	79
4.	Dasar Pertimbangan Ijtihad Tathbiqi Fatwa Lajnah Daimah Tentang MLM	81
C.	Kekuatan Argumen Kedua Fatwa	87
BAB IV	PENUTUP	95
A.	Kesimpulan	95
B.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	104



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan praktek MLM dengan <i>money game</i>	31
Tabel 1.2	Periode Ketua Umum MUI	43
Tabel 1.3	Periode Ketua Umum (mufti) Lajnah Ad-Daimah	78

