

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis dalam syari'ah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalat yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaedah Fiqh, "*Al-Ashlu fil muamalah al-ibahah hatta yadullad dalilu 'ala tahrimiha*" (Pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil atau prinsip yang melarangnya). Islam memahami bahwa perkembangan sistem dan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaedah fikih di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan.

Namun, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidak jelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak). Oleh karena itu, sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas. Bisnis juga harus terbebas dari unsur MAGHRIB, singkatan dari lima unsur. 1. Maysir (judi) 2. Gharar (penipuan) 3. Haram 4. Riba (bunga) dan 5. Bathil. Kalau kita ingin mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), maka ia harus terbebas dari unsur-unsur di atas.

Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah di atas.

Multi Level Marketing (MLM) yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan syari'ah Islam. Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturahmi, dakwah dan tarbiyah. Menurut Muhammad Hidayat, Dewan syari'ah MUI Pusat, metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam. Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori gethok tular (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat diterima oleh masyarakat kebanyakan.¹

Mulai tahun 2014, bisnis MLM akan diatur ketat mulai dari pendaftaran usaha hingga distribusi, bisnis MLM yang masuk ke dalam Undang-undang No. 7/2014 tentang Perdagangan.² Bisnis yang dijalankan dengan sistem *Multi Level marketing* (MLM) tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing fee, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai

¹ Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, FKEBI IAIN, 2002, hlm. 30

² <http://novi-mardiana.blogspot.co.id/2014/03/bisnis-mlm-dilindungi-uu-perdagangan.html>, diakses pada 13-06-2017, pukul 09:37

perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut Samsarah atau Simsar.³

Kegiatan samsarah dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad ijarah. yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (ujrah) Semua ulama membolehkan akad seperti ini.⁴ Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermanfaat. MLM tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalhnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan. Multi Level Marketing (MLM) konvensional tentulah belum bisa disebut syariah, kecuali lolos sekian syarat kesyariahan. Berikut ini syarat-syarat agar sebuah perusahaan MLM menjadi syariah.

Adapun 13 syarat agar syari'ah :⁵ (1) Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, thayyib dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan). (2) Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fikih muamalah). (3) Operasional, kebijakan, corporate culture, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah. (4) Operasional, kebijakan, corporate culture, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah. (5) Strukturnya memiliki Dewan Pengawas

³ Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah, jilid II, hlm 159

⁴ Fikih Sunnah, III, hlm 159

⁵ Agustianto, *Multi Level Marketing Dalam Hukum Islam*, diposting 04 September 2014, pukul 10:36

Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.

(6) Formula intensif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah. (7) Tidak ada *excessive mark up* harga barang (harga barang di mark up sampai dua kali lipat), sehingga konsumen dan anggota terkana praktek terlarang dalam bentuk ghabn fahisy dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. (8) Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. (9) Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. (10) Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. (11) Tidak menitik beratkan barang-barang tertier ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. (12) MLM tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member. (13) Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan hura-hura dan pesta yang tidak syari'ah. Kalau ada para profesor yang sempat mendukung MLM yang berkedok money game, pastilah mereka bukan pakar ekonomi keuangan, dan mungkin bukan professor di bidang hukum ekonomi Islam, melainkan mereka adalah Professor di bidang pendidikan atau filsafat, sehingga tidak memahami masalah ekonomi keuangan dengan baik.

Dalam MLM yang produknya jasa (umrah dan haji), sistem ini persis berbentuk money game. Pada hakikatnya, orang yang paling bawah memberi ongkos kepada up linanya untuk berangkat haji duluan, sementara down line yang paling bawah harus berjuang mencari down linanya, dan begitulah seterusnya. Dalam sistem ini, pasti ada orang yang belakangan masuk, dan jumlahnya cukup

besar. Merekalah yang membiayai up linenya pergi haji dan umrah. Jadi harus dibedakan MLM yang menjual produk barang, dengan MLM yang menjual jasa. MLM yang menjual produk barang saja, bisa terjebak menjadi money game, jika biaya masuk demikian tinggi, sedangkan barang yang diperjualbelikan hanya kedok belaka. Apalagi MLM yang produknya jasa. Masih ingat MLM yang menjual produk penghemat listrik yang dijual Rp 150.000,-, Padahal harga sebenarnya hanya Rp 15.000,-.

Telah diketahui bahwa zaman telah mengalami perubahan demi perubahan dari era agraris, era industry, era teknonogi dan sampai pada era informasi. Dimana dalam menghadapi perubahan tersebut kita secara langsung dan tidak langsung di tuntut untuk mengikuti perkembangan zaman tersebut. Dalam aktivitas kita sehari-hari kita sudah tidak lepas lagi dari komunikasi dan transaksi yang bersifat online, dengan hanya modal gadget kita sudah bisa memulai bisnis yaitu dengan PayTren, bukan hanya berbisnis tapi kita juga secara otomatis mendapatkan pembelajaran bisnis, agama dan komunitas yang positif, optimis, dan agamis yang saling membantu dan menginspirasi sesama mitra PayTren baik dari Leader maupun dari pendiri sekaligus pencetus ide sehingga terbentuklah PayTren yaitu beliau Ustadz Yusuf Mansur, bahkan di dalam aplikasi PayTren sendiri sudah disediakan menu khusus terkait religiusitas. Berdasarkan data statistic mitra dimana pada bulan februari 2017 jumlah mitra PayTren sudah mencapai 1.017.510⁶ dari berbagai wilayah baik dari dalam Negeri maupun luar Negeri baik muslim maupun non muslim.

⁶www.treni.co.id diakses pada 21-02-2017 pukul 16:04

Perbandingan jumlah wirausaha dengan beberapa Negara yaitu Amerika 11% Singapura 7%, Malaysia 5% dan Indonesia 1,57% dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia masih sedikit dibandingkan dengan Negara-negara lain sehingga untuk menjadi sebuah Negara maju saat ini Indonesia membutuhkan 10 juta wirausaha baru.⁷ Maka dari itu kita sebagai warga Negara Indonesia kita harus ikut serta dan berpartisipasi dalam membangun Indonesia sehingga juga bisa menjadi Negara maju dengan kondisi ekonomi yang baik.

Maka Marketing Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip – prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁸ Dengan banyaknya penawaran dalam berwirausaha atau berbisnis sehingga membuat kita harus mempertimbangkan mana yang terbaik untuk kita dimasa depan dengan semua hal yang kita inginkan dan kita harapkan termasuk halnya dalam bisnis Multi Level Marketing (MLM) dimana telah diketahui bahwa masih banyak orang yang masih meragukan keberadaannya dengan semua sistem kerjanya dan tidak sedikit pula orang yang menilai negatif terhadap semua hal yang berkaitan dengan Multi Level Marketing (MLM).

⁷Seminar nasional entrepreneurship dalam rangka festival PGMI in art 2016 dengan tema “*Strategi Sukses Berwirausaha Diusia Muda Berbasis Teknologi*” oleh Bapak Sofyan Effendi pada 05-11-2016

⁸Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 26-27

الْمَنْعُ يَبْتَدَأُ حَتَّى تَطْلُقَ الْمُعَامَلَاتُ

“Muamalat itu bebas sehingga ada aturannya.”⁹

وَتَحْرِمُ الْبُطْلَانَ عَلَى دَلِيلٍ يُقْوَمُ حَتَّى الصَّحَّةِ وَالْمُعَامَلَاتِ الْعُقُودِ فِي صَلِّ الْأُ

“Pada dasarnya semua akad dan muamalat hukumnya sah

sehingga ada dalil yang membatalkan dan mengharamkannya.”

Ini artinya bahwa dalam *syariah marketing*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip – prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apa pun dalam pemasaran dapat dibolehkan.¹⁰

Misalnya bagi kaum Muslimin, daging babi adalah haram, tidak disukai, dan dianggap kotor. Mungkin sekali seseorang yang betul-betul bersikap demikian apabila dikatakan bahwa ia sedang makan babi ia akan memuntahkannya. Ini adalah contoh mengenai sebuah *attitude* (sikap) terhadap makanan.¹¹ Bagi kaum Muslim didalam bertransaksi selain mempertimbangkan keuntungan yang kita peroleh kita juga pasti akan mempertimbangkan terlebih dahulu akan halal dan haramnya suatu transaksi atau produk yang akan kita beli. Kalaupun kita belum tahu sebelumnya kalau apa yang kita konsumsi adalah haram maka setelah kita mengetahuinya kita pasti akan mengambil sikap yang seharusnya dilakukan sebagai seorang muslim.

⁹ Muhammad Al-Madani, *Manahij At-Tafkir fi Asy-Syari'ah Al-Islamiyah*, hlm. 3

¹⁰ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 27

¹¹ Gerungan, *Psikologi Sosial* (Bandung: PT Refika Aditama, 2004), hlm. 161

Sebagai kaum Muslim yang baik yang perasaan dan jiwanya dekat dengan Tuhannya maka ia akan berserah diri dan patuh dalam menjalankan aturan – aturan yang ditentukan oleh agamanya, maka secara otomatis dalam menjalani kehidupannya khususnya dalam bertransaksi maupun berbisnis maka sebagai kaum Muslim yang baik ia akan berusaha dan memilih sesuatu yang diperbolehkan oleh agama.

PayTren merupakan teknologi yang dapat digunakan pada semua jenis telefon selular atau handphone (melalui Aplikasi Android), Yahoo Messenger, Gtalk atau Hangouts, atau SMS biasa) dan dengan mudah atau sederhana maka kita dapat melakukan pembayaran seperti halnya kita melakukan pembayaran melalui ATM atau Internet Banking atau PPOB dan hanya berlaku di lingkungan komunitas tertutup atau intern (komunitas treni). Jenis usaha dari perusahaan yaitu Perusahaan memasarkan “Lisensi” penggunaan Aplikasi atau Software atau Perangkat Lunak atau Teknologi bernama “PayTren” dimana system pemasarannya dikembangkan melalui kerjasama kemitraan atau mitra usaha (*Direct Selling* atau penjualan langsung) dengan konsep Jejaring (*networking*). PayTren dapat digunakan pada semua jenis Smart Phone khususnya Android (minimal Ice Cream Sandwich) agar dapat melakukan transaksi atau pembayaran seperti halnya ATM, Internet atau SMS atau Mobile Banking, PPOB (Payment Point Online Bank) dan hanya berlaku di lingkungan komunitas tertutup, yaitu komunitas treni atau PayTren. Dalam kondisi tertentu dapat juga menggunakan media Yahoo Messenger, Gtalk atau Hangouts maupun SMS (*short message service*) dan lainnya (terus dikembangkan) namun dengan dengan fitur yang tidak

selengkap jika menggunakan Android, Jenis transaksi tersebut meliputi, diantaranya:¹² (1) pembelian pulsa telefon selular (2) pembayaran jasa telekomunikasi (telefon dan speedy) (3) pembayaran langganan PLN (baik pra maupun pasca bayar) (4) pembayaran PDAM (5) pembayaran langganan televise berlangganan (Indovision dan lain – lain) (6) pembayaran tagihan kredit kendaraan bermotor (ADIRA, FIF, WOM, dan lain- lain) (7) pembelanjaan pada pedagang – pedagang (merchants) tertentu (8) pembelian tiket pesawat dan kereta api (KA) (9) dan lain – lain.

Dengan adanya permasalahan yang telah diuraikan di dalam latar belakang maka perlu adanya penelitian yang membahas terkait dengan permasalahan tersebut. Sehingga peneliti tertarik dengan judul “PENGARUH PERSEPSI, SIKAP, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI PEBISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM) BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1) Persepsi yang masih negatif terhadap *Multi Level Marketing* (MLM).

Dimana kebanyakan orang masih beranggapan negative terkait bisnis yang berhubungan dengan dan sesuatu yang terkait tentang MLM.

¹²<https://www.treni.co.id/profil-perusahaan/>

- 2) Masih adanya keraguan terhadap bisnis yang menggunakan sistem Multi Level Marketing (MLM) dan masih banyak orang yang enggan menyikapi hal tersebut. Sehingga dengan adanya MLM berbasis syariah ini setidaknya dapat menjawab keraguan yang selama ini sudah menjalar di masyarakat.
- 3) Tingkat religiusitas pebisnis Multi Level marketing (MLM) yang masih dipertanyakan. Dimana dengan adanya MLM berbasis syariah ini apakah ada kaitanya dengan tingkat religiusitas seseorang.
- 4) Apakah persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas bisa mempengaruhi seseorang untuk memutuskan menjadi pebisnis Multi Level marketing (MLM) berbasis syariah. Dimana persepsi, sikap dan tingkat rreligiusitas seseorang merupakan beberapa hal yang mempengaruhi seseorang untuk memilih bisnis MLM yang berbasis sayriah ataupun yang berkecimpung di dalamnya.

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan “persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis *Multi Level Marketing* (MLM) berbasis syariah di Indonesia”.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh sikap terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia?
4. Apakah persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas secara simultan mempengaruhi keputusan untuk menjadi pebisnis Multi Level marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia?

D. Tujuan

1. Untuk menguji pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
2. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
4. Untuk menguji apakah persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
2. Terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
3. Terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.
4. Persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia.

F. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan diperoleh adanya sebuah kontribusi atau manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini menawarkan sebuah pandangan baru tentang Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah, bahwa persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan dibidang ilmu manajemen pemasaran.

2. Secara Praktisi

a. Bagi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) syariah

Bisa dijadikan masukan bagi pebisnis Multi Level Marketi (MLM) guna memaksimalkan kinerjanya di dalam menjalankan bisnis Multi Level marketing (MLM) berbasis syariah.

b. Bagi Akademik

Sebagai refrensi penelitian berikutnya terkait dengan persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti yang terkait bidang manajemen pemasaran.

G. Penegasan Istilah

a) Secara Konseptual

1. Perspsi adalah proses yang menggabungkan dan mengorganisasikan data-data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian

rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.¹³

2. Sikap adalah sikap terhadap objek tertentu yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap objek itu.¹⁴
3. Religiusitas adalah suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitar.¹⁵
4. Keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.¹⁶
5. Multi Level marketing (MLM) adalah suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak dan bertingkat-tingkat.¹⁷

b) Secara Operasional

Dalam penelitian ini peneliti ingin menganalisis terkait persepsi, sikap dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis multi

¹³Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 88

¹⁴Gerungan, *Psikologi Sosial* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2004), hlm. 160-161

¹⁵Driyarkara, N., *Percikan Filsafat* (Jakarta: PT. Pembangunan, 1987), hlm. 29

¹⁶Menurut Prof. Dr. Prajudi Atmosudirjo, SH dalam *jurnal sistem penunjang keputusan – GRR*, hlm. 15, diakses pada 28-02-2017

¹⁷Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 181

level marketing berbasis syariah studi kasus paytren. Dimana adakah pengaruh dari persepsi, sikap dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis multi level marketing berbasis syariah studi kasus paytren.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan tesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI, terdiri dari deskripsi teori tentang pemasaran, perilaku konsumen, tingkat religiusitas, dan teori bisnis; penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari rancangan penelitian, populasi dan sampel penelitian, kisi – kisi instrumen, instrumen penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, terdiri dari deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN, terdiri dari pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia, pengaruh sikap terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia, pengaruh tingkat religiusitas

terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah di Indonesia, pengaruh persepsi, sikap, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi pebisnis Multi Level Marketing (MLM) berbasis syariah.

BAB VI PENUTUP, terdiri dari kesimpulan, implikasi dan saran