

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Variable* persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah di Indonesia. Hal ini karena tingginya persepsi pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah.
2. *Variable* sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah di Indonesia. Hal ini karena tingginya sikap pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah. Sikap pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah benar-benar kuat karena dipengaruhi atau disebabkan oleh persepsi pebisnis MLM berbasis syariah sehingga sikap pebisnis tersebut di dalam mengambil keputusannya menjadi pebisnis MLM berbasis syariah sangat kuat.
3. *Variable* tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah di Indonesia. Hal ini karena tingginya tingkat religiusitas pebisnis MLM berbasis syariah. Tingkat religiusitas pebisnis MLM berbasis syariah benar-benar kuat karena dipengaruhi atau disebabkan oleh persepsi dan sikap pebisnis MLM berbasis syariah sehingga tingkat religiusitas pebisnis tersebut di

dalam mengambil keputusannya menjadi pebisnis MLM berbasis syariah sangat kuat.

4. *Variable* persepsi, sikap dan tingkat religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Dengan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. Hal ini sesuai dengan definisi yang ada bahwa persepsi bisa diartikan sebagai sebuah proses dimana individu mengatur dan menafsirkan kesan indrawi mereka untuk memberi makna pada lingkungan mereka. Kemudian sikap juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pengertian sikap (*attitude*) yang ada bahwa sikap adalah kecenderungan untuk bertindak dan bereaksi terhadap stimulus atau rangsangan. Dengan kata lain sikap (*attitude*) diartikan sebagai kecenderungan terpelajar untuk memberikan tanggapan dalam cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan respek terhadap suatu obyek. Lebih lanjut dikemukakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa dengan tingkat

religiusitas yang memadai tentang produk MLM berbasis syariah, maka pebisnis MLM dalam menjalankan kegiatannya tidak memperdulikan dan tidak memparhitungkan bagaimana penilaian orang lain terhadap produk pilihannya dan pebisnis dimaksud juga tidak memperdulikan dan tidak memperhitungkan bagaimana persepsi orang lain bahkan para pesaing (*competitor*) terhadap pilihannya yang rasional dan islami.

2. Implikasi Praktis

Dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pengambilan kebijakan maupun keputusan terkait bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) berbasis syariah. Adapun tentang pengaruh persepsi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia perlu adanya sosialisasi, promosi lebih lanjut yang terencana dan bahkan seminar tentang pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia; yang termasuk di dalamnya adalah masyarakat Islam pada umumnya, pengusaha Islam, pegawai baik negeri maupun swasta Islam, pedagang Islam, dan profesi lainnya yang beragama Islam.

Kemudian, pemberian sosialisasi, promosi yang terencana dan seminar seperti dijelaskan di atas sangat diperlukan guna meningkatkan dan menguatkan sikap pebisnis MLM berbasis syariah di dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Bahkan jika sudah memiliki sikap yang kuat terhadap keputusannya menjadi pebisnis MLM berbasis syariah, sikap tersebut dapat mendukung kesadaran diri (*Self Awareness*) sehingga

sikap yang kuat (*strong attitude*) untuk menjadi pebisnis MLM berbasis syariah menjadi tangguh; artinya tidak bisa dipengaruhi oleh apa dan siapa yang bergerak di luar MLM berbasis syariah.

Adapun tingkat religiusitas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah memberi indikasi bahwa pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia benar-benar atas niat dan kehendaknya sendiri, tidak terpengaruh oleh penilaian orang lain maupun penilaian pebisnis MLM yang tidak berbasis syariah.

Dengan demikian, MLM berbasis syariah selaku lembaga bisnis hendaknya terus meningkatkan kualitas produk-produknya baik barang maupun jasa dan kinerjanya agar para pebisnis MLM berbasis syariah semakin percaya dan loyal terhadap MLM berbasis syariah di Indonesia. Selain itu, para pebisnis MLM berbasis syariah, khususnya *up-liners* hendaknya terus melakukan sosialisasi kepada, promosi lebih lanjut yang terencana kepada dan bahkan seminar yang diikuti oleh *down-liners* baru, atau calon *down-liners* tentang peluang sukses, lebih sukses dan bahkan super sukses menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia karena jenis bisnis ini bisa dijalankan dengan memposisikan diri sebagai *part timers* atau *full timers*.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Bisnis MLM Berbasis Syariah di Indonesia

Lembaga bisnis MLM berbasis syariah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai sumber informasi untuk menetapkan dan mengambil kebijakan di seputar bisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. Hendaknya lembaga bisnis MLM berbasis syariah di Indonesia meningkatkan dan menjalankan program sosialisasi, promosi yang lebih terencana dan seminar tentang peluang sukses menjadi pebisnis MLM berbasis syariah kepada semua lapisan masyarakat yang memungkinkan untuk direkrut menjadi calon *down-liners* atau *down-liners* baru. Dengan upaya tersebut diharapkan mereka semakin memiliki keputusan kuat (*strong decision*) untuk menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. Yang tidak kalah pentingnya bahwa hendaknya terdapat tindakan penetrasi (*penetration action*) ke pasar baru yakni pengenalan dan sosialisasi produk-produk MLM berbasis syariah kepada civitas akademika, khususnya mahasiswa pascasarjana sehingga dapat menjaring dan merekrut *down-liners* baru yang potensial untuk menjadi pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumbangan khasanah keilmuan kepada perpustakaan kampus. Karena, hendaknya pihak pascasarjana menambah *literature* yang berkaitan dengan ekonomi syariah di perpustakaan pascasarjana dan meningkatkan pengaksesan jaringan internet dengan *Wifi* yang dapat membantu pencarian materi yang lebih lengkap dan mudah didapat sehingga dapat memperlancar proses kegiatan belajar dan mengajar di pascasarjana. Selain itu, perlu adanya kajian lebih mendalam mengenai ekonomi syariah khususnya tentang bisnis MLM berbasis syariah dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan ini mengenai pengaruh persepsi, sikap dan tingkat religiusitas terhadap keputusan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih luas cakupannya mengenai keputusan menjadi pebisnis MLM berbasis syariah, misalnya kepercayaan terhadap bisnis MLM berbasis syariah di Indonesia maupun faktor-faktor budaya ummat Islam Indonesia terhadap bisnis MLM berbasis syariah dan lain sebagainya.

Selain itu, perlu adanya penelitian yang lebih luas, bukan hanya tentang pebisnis MLM berbasis syariah di Indonesia tetapi juga bisnis MLM berbasis syariah yang pelakunya dari masyarakat umum dari berbagai latar belakang budaya dan bahkan dari berbagai latar belakang agama.