



HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN, DAYA
TARIKAN SYARIKAT, DAN KEPERLUAN
PERIBADI DENGAN PENGLIBATAN
MAHASISWA MUSLIM DI
UNIVERSITI AWAM
DALAM PERNIAGAAN
MULTILEVEL
MARKETING (MLM)
PATUHI SYARIAH



NOR MAS SURYANA BINTI TAHAR

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2020



**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN, DAYA TARIKAN SYARIKAT, DAN
KEPERLUAN PERIBADI DENGAN PENGLIBATAN MAHASISWA MUSLIM
DI UNIVERSITI AWAM DALAM PERNIAGAAN MULTILEVEL
MARKETING (MLM) PATUH SYARIAH**

NOR MAS SURYANA BINTI TAHAR

**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN (PENGURUSAN
PERNIAGAAN)
(MOD PENYELIDIKAN DAN KERJA KURSUS)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2020



UNIVERSITI
PENDIDIKAN
SULTAN IDRIS

اونيورسيتي فديديقن سلطان ادريس

SULTAN IDRIS EDUCATION UNIVERSITY

Sila tanda (✓)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

✓

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH

PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN

Perakuan ini telah dibuat pada 14 / 10 / 2020

Student' Declaration:

Saya, NOR MAS SURYANA BINTI TAHAR , M201710000417 FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN dengan ini mengaku bahawa tesis yang bertajuk HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN, DAYA TARIKAN SYARIKAT, DAN KEPERLUAN PERIBADI DENGAN PENGLIBATAN MAHASISWA MUSLIM DI UNIVERSITI AWAM DALAM PERNIAGAAN MULTILEVEL MARKETING (MLM) PATUH SYARIAH adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejasasnya dan secukupnya.

Tandatangan pelajar

Supervisor's Declaration:

Saya DR. HARIYATY BINTI AB WAHID dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN, DAYA TARIKAN SYARIKAT, DAN KEPERLUAN PERIBADI DENGAN PENGLIBATAN MAHASISWA MUSLIM DI UNIVERSITI AWAM DALAM PERNIAGAAN MULTILEVEL MARKETING (MLM) PATUH SYARIAH dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian syarat untuk memperoleh Ijazah Ijazah Sarjana Pendidikan (Pengurusan Perniagaan).

14/10/2020

Tarikh

Tandatangan Penyelia

DR. HARIYATY BINTI AB WAHID
SENIOR LECTURER
Department of Business Management and Entrepreneurship
Faculty of Management and Economics
Universiti Pendidikan Sultan Idris
35900 Tanjong Malim, Perak





UNIVERSITI
PENDIDIKAN
SULTAN IDRIS
اونيورسيٲى فٲديديقن سلطان ادريس

SULTAN IDRIS EDUCATION UNIVERSITY

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN, DAYA TARIKAN SYARIKAT,
DAN KEPERLUAN PERIBADI DENGAN PENGLIBATAN
MAHASISWA MUSLIM DI UNIVERSITI AWAM DALAM PERNIAGAAN
MULTILEVEL MARKETING (MLM) PATUH SYARIAH

No. Matrik / Matric's No.: M201710000417

Saya / I: NOR MAS SURYANA BINTI TAHAR

(Nama pelajar / Student's Name)

Mengaku membenarkan Tesis/Desertasi/Laporan Kertas Projek (Doktor Falsafah/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

Acknowledge that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris.
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan sahaja.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of research only.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Perpustakaan tidak dibenarkan membuat penjualan sanaan Tesis/Disertasi ini bagi kategori **TIDAK TERHAD**.
The library are not allowed to make any profit for 'Open Access' Thesis/Dissestation.
5. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick (✓) for category below:-

☐ **SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. /
Contains confidential information under the Official Secret Act 1972

☐ **TERHAD/RESTRICTED**

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/ badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / *Contains restricted information as specified by the organization where research was done.*

☐ **TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

(Tandatangan Pelajar / Signature)

Tarikh: _____

(Tandatangan Penyeliad / Signature of Supervisor
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/ menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentially or restriction.





PENGHARGAAN

Assalamualaikum w.b.t bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan limpah kurniaNya disertasi yang bertajuk “Hubungan Antara Daya Tarikan Syarikat Dan Keperluan Peribadi Dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim Di Universiti Awam Dalam Perniagaan *Multilevel-Marketing* (MLM) Patuh Syariah” ini disiapkan. Terlebih dahulu, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia penyelidikan Dr. Hariyaty Binti Ab Wahid kerana telah banyak memberi tunjuk ajar serta bimbingan kepada saya sepanjang proses disertasi ini disempurnakan. Seterusnya, ribuan terima kasih juga kepada pihak perpustakaan Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Universiti Teknologi Mara (UiTM) dan Universiti Sultan Azlan Shah (USAS) kerana membenarkan saya menjalankan kajian serta menggunakan sumber ilmiah yang ada. Jutaan terima kasih juga diucapkan kepada rakan-rakan yang lain kerana turut membantu dalam menyiapkan disertasi ini. Tidak lupa juga kepada ibu saya Puan Zaharah Binti Hasbullah dan arwah ayah saya Tahar Bin Mohamed yang banyak membantu dalam proses penyiapan disertasi ini sama ada dari segi kewangan atau dorongan sebelum beliau menghembuskan nafas terakhirnya (18 November 2019) sebelum disertasi ini disiapkan sepenuhnya. Semoga arwah ditempatkan dikalangan orang yang beriman. Akhir kata, saya mengucapkan ribuan terima kasih kepada mereka yang terlibat secara langsung atau sebaliknya dalam menyiapkan disertasi ini. Terima kasih.



ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menentukan hubungan antara pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa Muslim di Universiti Awam dalam perniagaan pelbagai peringkat (MLM) patuh syariah. Konstruk penglibatan adalah berdasarkan kepada Teori Penglibatan Astin yang menfokus kepada keseimbangan keperluan peribadi dengan aktiviti luar. Kajian ini menggunakan reka bentuk korelasi. Sampel kajian seramai 377 mahasiswa Muslim telah dipilih secara rawak mudah berdasarkan jadual sampel saiz Krejcie dan Morgan daripada populasi kajian seramai 21,646 mahasiswa Muslim di tiga buah universiti Awam di negeri Perak. Instrumen kajian terdiri daripada satu set soal selidik yang telah disahkan oleh tiga orang pakar dan nilai kebolehpercayaan instrumen adalah tinggi berdasarkan pekali Alfa Cronbach, $\alpha = 0.90$. Statistik deskriptif dan inferens seperti kekerapan, peratusan, min, sisihan piawai, korelasi Pearson dan regrasi pelbagai telah digunakan untuk menganalisis data. Dapatan kajian menunjukkan bahawa mahasiswa Muslim bersetuju bahawa memiliki pengetahuan tentang perniagaan MLM ($M = 3.83$). Namun responden hampir tidak pasti ($M = 3.44$) samada daya tarikan syarikat mempengaruhi mereka untuk melibatkan diri dalam perniagaan MLM patuh syariah. Walaubagaimana pun, responden bersetuju ($M = 3.65$) bahawa keperluan peribadi menyebabkan mereka terlibat dalam perniagaan MLM patuh syariah. Hasil ujian regrasi pelbagai pula menunjukkan faktor yang signifikan mempengaruhi penglibatan mahasiswa muslim adalah daya tarikan syarikat ($\beta = 0.271$; $p < 0.05$) diikuti oleh keperluan peribadi ($\beta = 0.159$; $p < 0.05$) manakala faktor pengetahuan ($\beta = 0.005$; $p > 0.05$) pula tidak signifikan. Hasil korelasi Pearson menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan tetapi lemah ($r = 0.31$; $p < 0.01$) di antara pengetahuan dan penglibatan dalam perniagaan MLM. Manakala daya tarikan syarikat ($r = 0.55$; $p < 0.01$) dan keperluan peribadi ($r = 0.50$; $p < 0.01$) menunjukkan hubungan signifikan yang sederhana dengan penglibatan dalam perniagaan MLM. Kesimpulannya, dapatan utama kajian menunjukkan bahawa daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi mempengaruhi keterlibatan mahasiswa Muslim terhadap perniagaan MLM patuh syariah. Implikasi kajian menunjukkan bahawa daya tarikan syarikat perlu dipertingkatkan untuk menarik lebih ramai mahasiswa untuk melibatkan mereka dalam perniagaan MLM patuh syariah.





THE RELATIONSHIP AMONG KNOWLEDGE, ATTRACTIVENESS OF THE COMPANY AND THE PERSONAL NEEDS WITH THE INVOLVEMENT OF MUSLIM STUDENTS IN PUBLIC UNIVERSITIES IN THE SYARIAH- COMPLIANT MULTILEVEL-MARKETING (MLM)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between knowledge, company attractiveness and personal needs of the involvement of Muslim students in public universities in syariah compliant multilevel-marketing (MLM) business. The involvement construct is based on Astin's Theory of Involvement which focuses on the balance of personal needs with outdoor activities. This study uses correlation design. The study sample of 377 Muslim students was randomly selected based on the sample size table on Krejcie and Morgan from the study population of 21,646 Muslim students in three public universities in Perak. The research instrument consisted of a set of questionnaires that were validated by three experts and the reliability value of the instrument was high based on the Cronbach's Alpha coefficient, $\alpha = 0.90$. Descriptive and inference statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation and multiple regression were used to analyze the data. The findings of the study indicate that Muslim students agree that they have knowledge of MLM business ($M = 3.83$). However, respondents were almost unsure ($M = 3.44$) whether the company's attractiveness influenced them to involved in syariah compliant MLM business. However, respondents agreed ($M = 3.65$) that personal needs cause them to be involved in syariah compliant MLM business. The results of various regression tests show that the significant factor influencing the involvement of Muslim students is the attractiveness of the company ($\beta = 0.271$; $p < 0.05$) followed by personal needs ($\beta = 0.159$; $p < 0.05$) while the knowledge factor ($\beta = 0.005$; $p > 0.05$) is also not significant. Pearson correlation results show that there is a significant but weak relationship ($r = 0.31$; $p < 0.01$) between knowledge and involvement in MLM business. While company attractiveness ($r = 0.55$; $p < 0.01$) and personal needs ($r = 0.50$; $p < 0.01$) showed a moderate significant relationship with involvement in syariah compliant MLM business. In conclusion, the main findings of the study show that the attractiveness of the company and personal needs influence the involvement of Muslim students in syariah compliant MLM business. The implications of the study show that the attractiveness of the company needs to be enhanced to attract more students to involved them in syariah compliant MLM business.





KANDUNGAN

Muka Surat

PENGAKUAN	ii
PENGESAHAN PENYERAHAN DISERTASI	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xvi
SENARAI SINGKATAN	xvii
SENARAI LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar Belakang Kajian	3
1.3 Pernyataan Masalah	5
1.4 Objektif Kajian	6
1.5 Soalan Kajian	7
1.6 Hipotesis Kajian.	8



1.7	Kerangka Konseptual Kajian	9
1.8	Kepentingan Kajian	11
1.8.1	Mahasiswa	11
1.8.2	Universiti	12
1.8.3	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri , Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK)	12
1.8.4	Negara	13
1.9	Batasan Kajian	13
1.10	Definisi Operasional	14
1.10.1	Mahasiswa	14
1.10.2	Pengetahuan	14
1.10.3	Daya Tarikan Syarikat	15
1.10.4	Keperluan Peribadi	15
1.10.5	Penglibatan	16
1.11	Rumusan	16
BAB 2	TINJAUAN LITERATUR	18
2.1	Pengenalan	18
2.2	Konsep Perniagaan Pelbagai Peringkat (MLM)	18
2.2.1	Definisi dan Konsep Perniagaan MLM	19



2.2.2	Perbezaan Perniagaan Pelbagai Peringkat (MLM) dan Skim Piramid	21
2.3	Perniagaan Pelbagai Peringkat (MLM) dari Perspektif Islam	23
2.3.1	Ciri-ciri Perniagaan MLM yang Diharamkan.	26
2.4	Teori Kajian	28
2.4.1	Teori Penglibatan Astin	28
2.4.2	Teori Hierarki Keperluan Maslow	29
2.5	Keperluan Peribadi dengan Penglibatan Diri dalam MLM	32
2.5.1	Kestabilan Kewangan dengan Penglibatan Diri dalam MLM	32
2.5.2	Masa Yang Fleksibel dengan Penglibatan Diri dalam MLM	33
2.6	Daya Tarikan Syarikat dengan Penglibatan Diri dalam MLM	35
2.6.1	Kepercayaan Kepada Ejen dengan Penglibatan Diri dalam MLM	36
2.6.2	Tawaran Skim Ganjaran dengan Penglibatan Diri dalam MLM	38
2.6.3	Produk Atau Perkhimatan Perniagaan dengan Penglibatan Diri dalam MLM	39
2.7	Rumusan	42
BAB 3	METODOLOGI	43
3.1	Pengenalan	43



3.2	Reka Bentuk Kajian	43
3.3	Populasi, Sampel dan Pensampelan Kajian	45
3.3.1	Populasi Kajian	45
3.3.2	Sampel dan Pensampelan.	46
3.4	Instrumen Kajian	48
3.5	Kesahan dan Kebolehpercayaan	56
3.5.1	Analisis Kebolehpercayaan dan Kesahan	58
3.6	Prosedur Analisis Data	60
3.6.1	Analisis Kekerapan (Frekuensi)	60
3.6.2	Analisis Skor Purata (Min)	61
3.6.3	Ujian Korelasi.	61
3.6.4	Regresi Pelbagai	62
3.6.5	Ujian Normaliti	63
3.6.6	Boxplot	63
3.6.7	<i>Skewness dan Kurtosis</i>	64
3.7	Rumusan	65
BAB 4	HASIL DAPATAN KAJIAN	67
4.1	Pengenalan	67
4.2	Dapatan Kajian	67



4.2.1	Deskriptif Statistik	68
4.3	Analisis Skor Purata (Min) Penglibatan Mahasiswa Muslim dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah	69
4.4	Analisis Inferens	71
4.4.1	Hubungan antara Pengetahuan dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim di Universiti Awam dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah.	72
4.4.2	Hubungan antara Daya Tarikan Syarikat dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim di Universiti Awam dalam Perniagaan MLM patuh syariah.	73
4.4.3	Hubungan antara Keperluan Peribadi dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim di Universiti Awam dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah.	73
4.4.4	Kesan Pengetahuan, Daya Tarikan Syarikat dan Keperluan Peribadi Terhadap Penglibatan Mahasiswa Muslim di Universiti Awam dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah.	74
4.5	Rumusan	78
BAB 5	PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	80
5.1	Pengenalan	80
5.2	Perbincangan Dapatan Kajian	80
5.2.1	Tahap Pengetahuan, Daya Tarikan Syarikat dan Keperluan Peribadi dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah	81
5.2.2	Korelasi	82
5.2.2.1	Hubungan Pengetahuan dengan Penglibatan	82



5.2.2.2	Hubungan Daya Tarikan Syarikat dengan Penglibatan	83
5.2.2.3	Hubungan Keperluan Peribadi dengan Penglibatan	84
5.2.3	Regresi Berganda	84
5.3	Implikasi Kajian	86
5.4	Cadangan Kajian Lanjutan	87
5.5	Rumusan	88
	RUJUKAN	89
	LAMPIRAN	99



SENARAI JADUAL

No. Jadual	Muka Surat
2.1 Perbezaan Antara Perniagaan Pelbagai Peringkat (MLM) dan Skim Pyramid.	22
3.1 Jumlah Keseluruhan Mahasiswa yang berdaftar di UPSI, USAS dan UITM (Cawangan Perak).	46
3.2 Jumlah Sampel dan Populasi Kajian	48
3.3 Pembahagian Item Dalam Borang Soal Selidik	49
3.4 Penggunaan Skala dalam Soal Selidik (Bahagian A, B, C, D dan E)	50
3.5 Item Soal Selidik Tahap Pengetahuan Mahasiswa Dalam Perniagaan MLM (Konvensional)	51
3.6 Item Soal Selidik Tahap Pengetahuan Mahasiswa Dalam Perniagaan MLM (Perspektif Islam).	51
3.7 Item Soal Selidik Kepercayaan Kepada Ejen.	52
3.8 Item Soal Selidik Tawaran Skim Ganjaran	53
3.9 Item Soal Selidik Produk atau Perkhidmatan Perniagaan	53
3.10 Item Soal Selidik Kestabilan Kewangan	54
3.11 Item Soal Selidik Masa yang Fleksibel	55



3.12	Item Soal Selidik Tahap Penglibatan Mahasiswa Muslim Dalam Perniagaan MLM Patuh Syariah.	56
3.13	Analisis kebolehppercayaan Cronbach's Alpha	58
3.14	Pekali Cronbach's Alpha bagi setiap pembolehubah	59
3.15	Skor Min (Item Soalan Bahagian B, C, D dan E).	61
3.16	Pekali Korelasi	62
3.17	Keputusan Ujian Skewness dan Kurtosis	64
4.1	Analisis Demografi Mahasiswa Muslim (n=377)	68
4.2	Tahap dan analisis purata (min) item pembolehubah Pengetahuan	69
4.3	Tahap dan analisis purata (min) item pembolehubah Daya Tarikan Syarikat	70
4.4	Tahap dan analisis purata (min) item pembolehubah Keperluan Peribadi	70
4.5	Tahap dan analisis purata (min) item pembolehubah Penglibatan	71
4.6	Hubungan antara pengetahuan dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patut syariah.	72
4.7	Hubungan antara daya tarikan syarikat dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.	73
4.8	Hubungan antara keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.	73
4.9	Ringkasan Model	74
4.10	Keputusan Ujian Varian (ANOVA)	75



4.11	Analisis Regresi Berganda antara Pengetahuan, daya Tarikan Syarikat, Keperluan Peribadi dengan Penglibatan Mahasiswa Muslim dalam Perniagaan MLM patuh syariah.	76
4.12	Hasil dapatan Nilai Regresi Berganda (B)	77
5.1	Tahap dan analisis purata (min) setiap faktor pemboleubah	81
5.2	Status hipotesis kajian bagi analisis korelasi	82
5.3	Status hipotesis kajian bagi analisis regresi berganda	85





SENARAI RAJAH

No. Rajah		Muka Surat
1.1	Kerangka Konseptual Kajian. Diadaptasi dan diubah dari Loi (2015); Koe & Soo (2011); Rini, Caroline, Caneza & Caroline (2017)	10
2.1	Visual Model Operasi Perniagaan MLM (Beasley, 2012).	20
2.2	Teori Hierarki Keperluan Maslow (Avneet Kaur, 2013)	30
2.3	Model Pengaruh Penglibatan Kluster dalam Pengetahuan dan Kepercayaan (Niu, 2009).	37
3.1	Boxplot penglibatan mahasiswa muslim dalam perniagaan MLM	63





SENARAI SINGKATAN

KPDNKK Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan
Kepenggunaan

UPSI Universiti Pendidikan Sultan Idris

IPS Insituti Pengajian Siswazah

MLM Multi Level Marketing

IPTA Insituti Pengajian Tinggi Awam



UiTM Universiti Teknologi Mara

USAS Universiti Sultan Azlan Shah





SENARAI LAMPIRAN

- A Borang Soal Selidik 106
- B Jadual Krejcie dan Morgan (1970)113





BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Perniagaan merupakan salah satu sektor yang membantu pertumbuhan ekonomi negara.

Tambahan pula, keusahawanan dan perniagaan merupakan bidang yang diharuskan

serta digalakkan dalam Islam bagi memenuhi fitrah manusia dalam memiliki harta (Abu

Bakar, Raziah & Azizah, 2018). Dari perspektif Islam, Nabi Muhammad SAW

merupakan salah satu contoh usahawan yang berjaya, dimana baginda telah berniaga

lebih kurang 25 tahun sebelum baginda menerima wahyu (Suwandi, Hakimi & Wan

Nasyrudin, 2016) Selain itu, baginda juga melarang para sahabat iaitu Abdurrahman

bin Auf dan Usman bin Affan dari berhenti berniaga (Kamaludin & Aboza, 2010).

Oleh yang demikian, sebagai orang Islam adalah diharuskan oleh syarak supaya

mempelajari dan memahami serta menceburkan diri dalam bidang perniagaan.

Terdapat pelbagai komponen yang penting dalam memastikan sesebuah perniagaan beroperasi dengan baik antaranya pemasaran, kewangan, pengurusan dan lain-lain lagi. Bidang pemasaran merupakan satu bidang yang kritikal dan mencabar bagi seseorang pengurus dalam sesebuah organisasi. Pengurus seharusnya mencari





kaedah pemasaran yang berbeza bagi menghadapi cabaran dunia perniagaan yang terkini serta meraih keuntungan yang besar. Pemasaran menghubungkan perniagaan dengan pelanggan. Pelbagai cara pemasaran digunakan bagi menarik minat pelanggan untuk membeli atau sekaligus menjadikan mereka sebagai ejen jualan. Perniagaan pelbagai peringkat (MLM) juga merupakan salah satu strategi pemasaran dalam memastikan syarikat dapat mengaut keuntungan yang besar. Perniagaan pelbagai peringkat atau lebih dikenali sebagai “*Multilevel Marketing*” (MLM) telah diwujudkan pada tahun 1945 (Bosley & McKaage, 2015). Syarikat yang boleh dikategorikan sebagai MLM termasuklah Shaklee, CNI, Cosway, Avon dan lain-lain lagi

Oleh sebab terdapat peningkatan persaingan dan kekurangan sumber, kebanyakan perniagaan cuba mencari cara untuk lebih efektif dalam pengurusan terutamanya bidang pemasaran. Antaranya ialah syarikat Amway yang dahulunya merupakan salah satu syarikat jualan langsung yang biasa dan kini beralih kepada jualan langsung secara MLM (Jiwan & Arjay, 2013). Syarikat MLM ini mempunyai keunikan yang tersendiri di mana proses pengedaran dan jualan produk adalah melalui interaksi langsung di antara pembeli dan agen jualan (Keep & Nat, 2014).

Perniagaan MLM merupakan salah satu industri yang paling kontroversi dalam perdagangan moden (Rashad & Vivian, 2014). Hal ini kerana, syarikat yang didapati beroperasi menggunakan skim penipuan seperti skim piramid dan skim ponzi turut mempunyai ciri-ciri yang serupa dengan model perniagaan MLM serta mempunyai aktiviti-aktiviti yang mengakibatkan kerugian kewangan (Keep & Nat, 2014). Kebanyakan syarikat yang melaksanakan model skim piramid sebagai skim ganjaran pampasan melakukan proses pengambilan ahli tanpa henti dan tidak fokus terhadap jualan produk (Lee & Loi, 2016). Oleh itu, tidak hairanlah MLM dilihat sebagai





perniagaan yang mencurigakan apabila mula diperkenalkan kepada orang ramai (Bindu & Deepak, 2014). Di Malaysia, industri jualan langsung dikawal ketat oleh Akta Jualan Langsung (1993). Selain itu semua syarikat MLM di Malaysia mesti didaftarkan di bawah lesen jualan langsung dengan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK, 2017) dan juga ahli Persatuan Jualan Langsung Malaysia Walaubagaimanapun masih terdapat beberapa syarikat yang menyalahi undang-undang, terdapat 276 buah perniagaan jualan langsung secara MLM yang telah sah berdaftar sehingga Ogos 2017, namun hanya terdapat lebih kurang 8 buah perniagaan jualan langsung berunsurkan MLM yang dilesenkan dibawah Akta Jualan Langsung dan Skim Anti Piramid 1993 (Statistik Utama KPDNKK, 2017).

Dari prespektif islam, berdasarkan fatwa no 22935 yang disebutkan oleh para ulama di Arab Saudi berkaitan dengan hukum perniagaan skim piramid dan MLM, kedua-dua perniagaan tersebut adalah tidak beretika dan haram dari perspektif Syariah (Mohd Duriat, 2014). Namun begitu, di Malaysia, perniagaan MLM yang diluluskan oleh kerajaan adalah dibenarkan dan tidak bertentangan dengan konsep perniagaan Islam serta dianggap mubah (iaitu harus) (e-fatwa, 2014).

1.2 Latar Belakang Kajian

Perniagaan pelbagai peringkat atau *MultiLevel Marketing* (MLM) adalah satu bentuk jualan langsung yang menjadi fenomena dan berkembang pesat (Albaum & Peterson, 2011; Taylor, 2012). Sama ada masyarakat sedar ataupun tidak, terdapat peningkatan aduan terhadap penipuan perjanjian jualan langsung melibatkan urusan MLM iaitu sebanyak 353 buah kes pada Januari sehingga April 2019 daripada 321 buah kes pada





tahun 2018 (Statistik Utama KPDNKK, 2019). Sungguhpun begitu, masih ramai rakyat Malaysia yang terus melibatkan diri dalam pelbagai perniagaan berunsurkan MLM ini. Walaupun perniagaan MLM sering menerima kritikan, ia masih merupakan salah satu alat perhubungan pemasaran yang terbaik bukan sahaja untuk mendapatkan keuntungan jangka masa panjang tetapi juga mewujudkan hubungan perniagaan yang kuat di dalam saluran pengedar atau ejen (Lahiri & Das, 2012). Hakikatnya, perkembangan industri perniagaan (MLM) di Malaysia semakin meningkat saban tahun serta dijangka dapat meraih keuntungan sebanyak RM8 bilion menjelang tahun 2020 (Pandey 2014).

Dalam ekonomi yang kurang stabil dan kadar pengangguran semakin meningkat di negara ini menyebabkan golongan belia di Malaysia termasuklah golongan mahasiswa bersedia untuk mengambil MLM sebagai pilihan kerjaya kekal atau untuk menambah pendapatan mereka (Koe & Soo, 2011). Maka tidak hairanlah jika terdapat belia di Malaysia yang menjadi jutawan segera menerusi perniagaan bercorak MLM ini. Perniagaan MLM di Malaysia yang diluluskan oleh kerajaan adalah dibenarkan dan tidak bertentangan dengan konsep perniagaan Islam (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia JAKIM, 2014). Terdapat beberapa kriteria perniagaan MLM yang diluluskan dan tidak bertentangan dengan konsep Islam antaranya ialah perniagaan MLM tersebut hendaklah melantik Penasihat Syariah yang terdiri daripada sekurang-kurangnya dua orang Islam serta berdaftar di bawah Akta Syarikat 1965 dan mempunyai lesen perniagaan yang sah. Selain itu produk MLM hendaklah selaras dengan syarak serta tujuan perniagaan atau perjanjian hendaklah jelas dan dipersetujui kedua belah pihak. (e-fatwa, 2014). Walau bagaimanapun, disebabkan oleh beberapa unsur negatif dan kritikan berkaitan kehilangan wang dan ahli tidak mendapatkan





pulangan seperti yang dijanjikan oleh pengurusan atasan telah menimbulkan kebimbangan dalam kalangan masyarakat muslim (Shahril, Rahim & Habibah, 2017).

1.3 Pernyataan Masalah

Pada era yang serba moden dan teknologi yang sentiasa berubah menyebabkan masyarakat mengalami pelbagai bentuk tekanan antaranya ialah kesempitan hidup dari segi kewangan. Golongan mahasiswa juga menghadapi kesempitan kewangan di mana terdapat segelintir mahasiswa yang terpaksa melakukan pekerjaan sambilan untuk memenuhi keperluan peribadi (Suhaila, Adawiyah, Nuzul & Siti, 2016). Kajian Khairil dan Ros (2018) melaporkan seramai 73 peratus orang mahasiswa membuat pekerjaan sambilan untuk menampung keperluan peribadi. Hal ini turut disokong oleh kajian terdahulu yang menyatakan bahawa tekanan kewangan bagi memenuhi keperluan peribadi adalah punca utama yang menyebabkan seseorang individu itu menceburkan diri dalam pekerjaan sambilan (David Robotham, 2012).

Kebanyakan jurujual dan usahawan MLM ini terdiri dari golongan muda seperti mahasiswa, suri rumah tangga dan golongan yang tidak mempunyai pekerjaan tetap (Mazlina & Shazali, 2013). Hakikatnya, kebanyakan orang lebih suka bekerja dalam persekitaran yang fleksibel dan kestabilan kewangan yang baik, hal ini menyebabkan ramai orang mudah terperdaya dan seterusnya menyertai skim pelaburan MLM ini (Mazlina & Shazali, 2013). Selain itu kepercayaan kepada ejen dan kualiti produk atau perkhidmatan syarikat MLM juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan mahasiswa melibatkan diri dalam perniagaan MLM ini.





Dasar tawaran skim ganjaran dalam perniagaan juga menjadi salah satu faktor penglibatan ahli pengedar dalam perniagaan MLM (Parvi & Kabir, 2011). Namun, terdapat pengkaji yang menyatakan skim ganjaran tidak mempengaruhi kepuasan ahli pengedar melibatkan diri dalam perniagaan MLM (Koe & Soo, 2011). Perbezaan antara kajian lepas juga menyebabkan pemboleh ubah dalam kajian ini dipilih. Tambahan pula, terdapat beberapa unsur negatif dan kritikan dalam perniagaan MLM ini seperti penipuan kewangan, kualiti barangan, dan lain- lain lagi telah menimbulkan kebimbangan dan keraguan dalam kalangan masyarakat muslim terutamanya berkaitan hukum perniagaan MLM ini dari pandangan Islam (Shahril et al, 2017). Namun begitu, sistem perniagaan pelbagai peringkat (MLM) ini masih menjadi pilihan oleh beberapa kalangan masyarakat muslim sebagai alternatif kegiatan perniagaan termasuklah golongan mahasiswa atau pelajar (Izza & Farah, 2015).



Selain itu, sesetengah skim penipuan piramid atau ponzi turut menggunakan nama Islam untuk mengelirukan mahasiswa bahawa skim tersebut mengamalkan prinsip syariah. Demikian itu, kajian ini cuba membincangkan tentang hubungan pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan (MLM) patuh syariah. Kajian ini juga sekaligus memberikan pendedahan kepada mahasiswa muslim berkaitan hukum perniagaan ini melalui perspektif Islam.

1.4 Objektif Kajian

Kajian ini berkaitan tentang hubungan pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam





perniagaan MLM patuh syariah. Oleh itu, kajian ini dilakukan oleh penyelidik berdasarkan empat objektif yang telah dirangka iaitu:

- 1 Mengukur hubungan antara pengetahuan dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.
- 2 Mengukur hubungan antara daya tarikan syarikat dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.
- 3 Mengukur hubungan antara keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.
- 4 Mengukur kesan pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi terhadap penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.



1.5 Soalan Kajian

Berikut adalah persoalan yang dibina bagi menjawab objektif kajian yang telah dirangka:

1. Adakah wujud hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah?
2. Adakah wujud hubungan yang signifikan antara daya tarikan syarikat dengan penglibatan mahasiswa muslim di univeriti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah?





3. Adakah wujud hubungan yang signifikan antara keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di univeriti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah?
4. Sejauhmanakah kesan pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi terhadap penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah?

1.6 Hipotesis Kajian.

Hipotesis adalah pernyataan masalah yang perlu dikaji kerana masalah tersebut belum dibuktikan kebenarannya. Dalam kajian ini, hipotesis yang digunakan adalah seperti berikut:

Ho 1: Tidak wujud hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.

Ho 2: Tidak wujud hubungan yang signifikan antara daya tarikan syarikat dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.

Ho 3: Tidak wujud hubungan yang signifikan antara keperluan peribadi dengan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.

Ho 4: Tidak wujud kesan signifikan pengetahuan terhadap penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.





Ho 5: Tidak wujud kesan signifikan daya tarikan syarikat terhadap penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.

Ho 6: Tidak wujud kesan signifikan keperluan peribadi terhadap penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah.

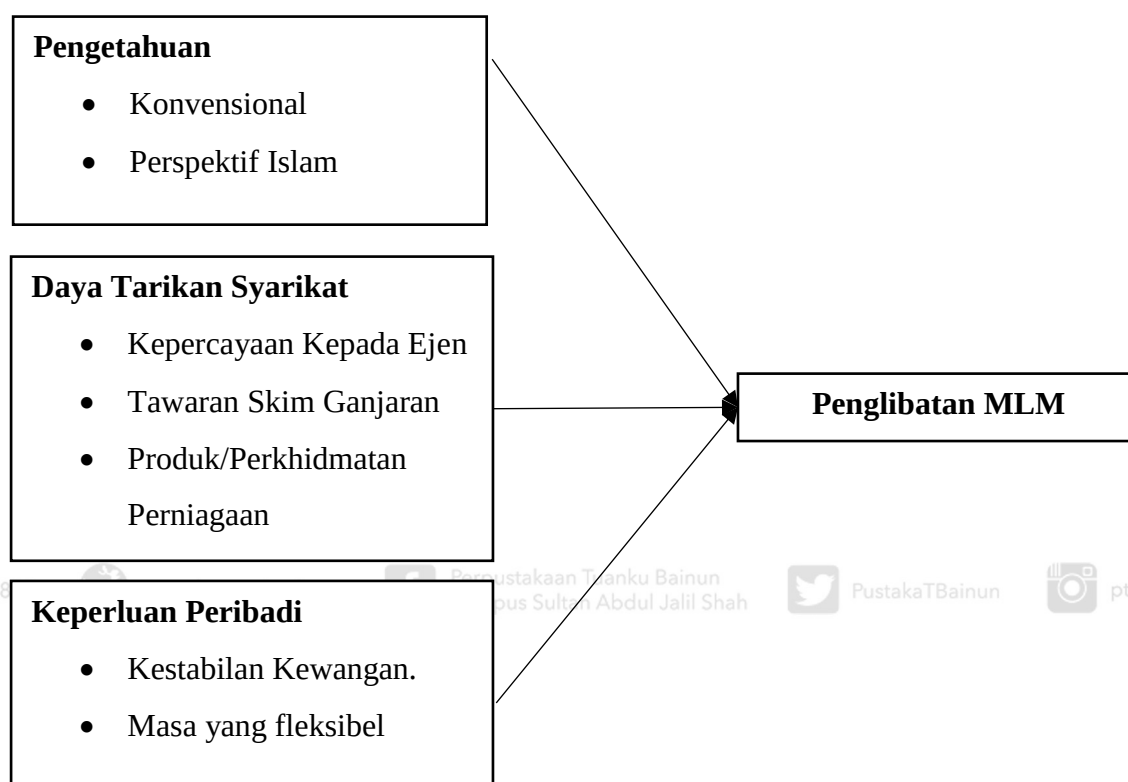
1.7 Kerangka Konseptual Kajian

Kajian ini menggunakan beberapa teori untuk membentuk kerangka konseptual kajian iaitu Teori Penglibatan Astin dan Teori Hierarki Keperluan Maslow. Teori ini menyatakan bahawa aspek tingkah laku adalah penting dalam penglibatan (Astin, 1984). Dalam kajian ini, teori penglibatan Astin ini dikaitkan dengan penglibatan atau tingkah laku mahasiswa muslim dalam perniagaan MLM patuh syariah. Terdapat banyak kajian telah menggunakan teori ini untuk membangunkan program, mengubah suai kurikulum, membuat pentadbiran keputusan, dan menjalankan penyelidikan (Elizabeth & Michael, 2013). Selain itu, teori penglibatan Astin ini juga tidak menyangkal bahawa keperluan peribadi adalah salah faktor yang jelas dalam penglibatan pelajar (Astin, 1984).

Oleh itu, kajian ini telah mengabungkan teori hierarki keperluan Maslow dengan teori penglibatan Astin dimana pemboleh ubah keperluan peribadi dikaitkan dengan teori ini. Menurut teori hierarki keperluan Maslow, kestabilan kewangan diperlukan untuk membiayai kehidupan yang mencukupi di peringkat pertama iaitu peringkat fisiologikal (Avneet Kaur, 2013). Selain itu, keperluan sosial yang mewakili tahap keperluan ketiga dikaitkan dengan pemboleh ubah masa yang fleksibel. Hal ini



merujuk kepada keperluan pembahagian masa untuk belajar dan bekerja amat diperlukan oleh golongan mahasiswa untuk memenuhi keperluan pada peringkat ketiga. Oleh yang demikian, kedua-dua teori ini digunakan dalam membentuk konseptual kajian.



Rajah 1.1. Kerangka Konseptual Kajian. Diadaptasi dan diubah dari Loi (2015); Koe & Soo (2011); Rini, Caroline, Caneza & Caroline (2017)

Berdasarkan kerangka konseptual kajian diatas, terdapat tiga pemboleh ubah bebas iaitu pengetahuan, daya tarikan syarikat dan keperluan peribadi. Pemboleh ubah bebas adalah pemboleh ubah yang mempengaruhi pemboleh ubah bersandar (Fuad, 2017) iaitu penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah. Teori penglibatan astin digunakan dalam kajian ini untuk merangka konseptual kajian diatas. Terdapat tiga pemboleh ubah dalam pemboleh ubah daya tarikan syarikat iaitu kepercayaan kepada ejen, tawaran skim ganjaran dan produk atau perkhidmatan syarikat. Manakala, terdapat dua pemboleh ubah dalam pemboleh ubah



keperluan peribadi iaitu kestabilan kewangan dan masa yang fleksibel. Pemboleh ubah keperluan peribadi cuba dikaitkan dengan teori keperluan hierarki Maslow, di mana keperluan merupakan salah satu elemen penting untuk memahami tingkah laku manusia (Avneet Kaur, 2013).

1.8 Kepentingan Kajian

Kajian ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan kepada banyak pihak, antaranya ialah:

1.8.1 Mahasiswa



Kajian ini dapat melatih mahasiswa supaya sentiasa berhati-hati sekiranya melibatkan diri dalam perniagaan pelbagai peringkat (MLM) agar tidak menjadi mangsa penipuan dan seterusnya dibelenggu hutang diusia muda. Melalui dapatan kajian mahasiswa dapat melihat kelebihan dan kekurangan apabila menceburkan diri dalam perniagaan pelbagai peringkat ini. Mahasiswa juga boleh mengetahui sejauh manakah MLM ini memberi keuntungan atau kerugian. Tambahan pula, ia juga dapat membantu menambahkan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa yang berminat untuk melibatkan diri dalam bidang perniagaan pelbagai peringkat (MLM) patuh syariah ini. Mahasiswa juga dapat mengetahui lebih lanjut berkaitan hukum perniagaan MLM ini dari perspektif Islam.





1.8.2 Universiti

Pihak universiti juga secara tidak langsung dapat mengenal pasti tahap penglibatan mahasiswa muslim dalam perniagaan MLM ini. Kajian ini diharap dapat membantu pihak universiti dalam usaha untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dalam kalangan mahasiswa berkaitan perniagaan pelbagai peringkat (MLM) dari perspektif Islam. Selain itu, pihak universiti juga dapat mengambil langkah waspada terhadap penipuan perniagaan MLM yang menggunakan nama Islam ini dari terus berleluasa dalam kalangan mahasiswa.

1.8.3 Kementerian Perdagangan Dalam Negeri , Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK)



Kajian ini juga turut membantu pihak kementerian mengenal pasti faktor-faktor yang menyebabkan golongan belia atau mahasiswa mudah terpengaruh serta cenderung melibatkan diri dalam perniagaan pelbagai peringkat (MLM) ini, terutamanya pihak Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK). Hal ini dapat membantu pihak KPDNKK mencari jalan penyelesaian untuk membendung penipuan dalam perniagaan pelbagai peringkat (MLM) ini dari terus berleluasa.



1.8.4 Negara

Kajian ini juga dapat membantu meningkatkan ekonomi negara, di mana masyarakat dapat mengelakkan diri dari menjadi mangsa penipuan dan para usahawan juga dapat menambahkan ilmu pengetahuan berkaitan bidang perniagaan pelbagai peringkat (MLM) dari perspektif Islam. Ia juga sekaligus dapat menarik lebih ramai lagi usahawan yang berminat untuk menceburi bidang perniagaan MLM patuh syariah ini.

1.9 Batasan Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengetahuan, daya tarikan syarikat, keperluan peribadi dan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan MLM patuh syariah. Oleh sebab itu, kajian lapangan perlu dilakukan bagi mengutip data berkaitan dengan hubungan antara kesemua pemboleh ubah kajian. Lantaran daripada itu, pengkaji menghadapi kekangan dalam mendapatkan sumber rujukan berkaitan dengan tajuk kajian. Hal ini kerana kajian berkaitan perniagaan pelbagai peringkat (MLM) patuh syariah kurang dibincangkan dalam kajian lepas.

Kajian ini juga hanya dijalankan di universiti awam sekitar negeri Perak. Sektor perniagaan merupakan salah satu sektor utama yang menyumbang kepada peluang pekerjaan di negeri Perak (Unjuran Pembangunan Perak 2040, 2017). Terdapat tiga buah universiti awam di sekitar negeri Perak iaitu Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Universiti Sultan Azlan Shah (USAS), Universiti Teknologi Mara (UiTM) cawangan Perak. Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) telah mewajibkan mahasiswa yang melanjutkan pengajian di universiti awam mengambil kursus keusahawanan



sebagai satu mata pelajaran wajib (Zairon, Noor, & Elyn, 2015) Graduan atau mahasiswa yang pernah mempelajari keusahawanan telah didapati secara positif gemar memilih peniagaan sebagai pilihan kerjaya (Matlay, 2008). Oleh itu, mahasiswa universiti awam sekitar negeri Perak telah dipilih sebagai sampel kajian.

1.10 Definisi Operasional

1.10.1 Mahasiswa

Mahasiswa bermaksud seseorang individu yang mempelajari sesuatu sama ada dari segi pengetahuan, pengalaman, kemahiran dan lain-lain (Anuar Ahmad, 2017). Astin (1999) menyifatkan mahasiswa sebagai orang yang menumpukan banyak tenaga dalam belajar, menghabiskan banyak masa di kampus, mengambil bahagian secara aktif dalam organisasi persatuan dan berinteraksi dengan kerap dengan ahli fakulti dan mahasiswa lain (Elizabeth & Michael, 2013). Dalam kajian ini, mahasiswa yang dimaksudkan adalah mahasiswa muslim yang menuntut di universiti awam sekitar negeri Perak iaitu di UPSI, USAS dan UiTM cawangan Perak.

1.10.2 Pengetahuan

Teori Taksonomi Bloom menyatakan bahawa pengetahuan adalah ilmu yang terhasil daripada penggunaan pancaindera manusia (mata, telinga, tangan dan lain-lain) (Notoatmodjo, 2010). Manakala menurut Reber (2010), pengetahuan ialah informasi atau maklumat yang dimiliki oleh seseorang melalui proses pembelajaran atau





pengalaman. Dalam kajian ini, pengetahuan bermaksud tahap ilmu mahasiswa muslim di universiti awam sekitar negeri Perak berkaitan perniagaan MLM.

1.10.3 Daya Tarikan Syarikat

Dalam Bahasa Melayu dan Arab, tarikan bermaksud sifat menarik dan pekara yang menarik (Abd Hadi & Fakrul, 2015). Manakala dalam Bahasa Inggeris tarikan disebut sebagai (attraction) iaitu pekara yang menarik perhatian, pekara yang diminati dan menyebabkan seseorang terdorong untuk mendapatkannya (Abd Hadi & Fakrul, 2015). Daya tarikan syarikat yang dimaksudkan dalam kajian ini ialah pekara atau faktor dalaman syarikat yang menarik minat mahasiswa untuk menceburi perniagaan MLM ini. Tiga elemen penting dibawah pemboleh ubah daya tarikan syarikat dalam kajian ini ialah kepercayaan kepada ejen, tawaran skim ganjaran dan produk atau perkhidmatan perniagaan MLM.

1.10.4 Keperluan Peribadi

Menurut teori Maslow (1908- 1970), keperluan bermaksud tahap asas dan matlamat bagi seseorang individu. Beliau menjelaskan, manusia merupakan satu jasad yang sedar, mempunyai perasaan ideal dan tujuan. Keperluan merupakan salah satu elemen penting untuk memahami tingkah laku manusia (Nazimi, Jaffary & Aminudin, 2017). Dalam kajian ini keperluan peribadi bermaksud keperluan peribadi mahasiswa muslim yang menyebabkan mereka terlibat dalam perniagaan MLM iaitu kestabilan kewangan dan masa yang fleksibel.





1.10.5 Penglibatan

Penglibatan bermaksud sesuatu perbuatan yang melibatkan diri dalam sesuatu perkara (Fazli, Suhaida & Soaib, 2013). Selain itu, penglibatan juga takrifkan sebagai kadar tenaga fizikal dan psikologi yang digunakan oleh pelajar berhubung dengan pengalaman akademik (Astin, 1984). Dalam kajian ini, penglibatan bermaksud keterlibatan atau kecenderungan mahasiswa muslim di universiti awam sekitar negeri Perak dalam perniagaan pelbagai peringkat (MLM) patuh syariah.

1.11 Rumusan

Bab ini terdiri daripada latar belakang kajian, pernyataan masalah dan seterusnya disertai dengan objektif kajian dan persoalan kajian. Dalam ekonomi yang sentiasa berubah, masyarakat mula mengalami pelbagai bentuk tekanan antaranya ialah sumber kewangan. Hal ini menyebabkan masyarakat terutamanya golongan mahasiswa melibatkan diri dalam perniagaan MLM ini untuk mendapatkan sumber pendapatan sampingan. Namun begitu, terdapat peningkatan aduan penipuan perjanjian jualan langsung melibatkan urusan MLM.

Selain itu, terdapat beberapa unsur negatif dan kritikan dalam perniagaan MLM ini yang telah menimbulkan kebimbangan dan keraguan di kalangan masyarakat muslim terutamanya berkaitan hukum perniagaan MLM ini dari pandangan Islam. Walaubagaimanapun, sistem perniagaan pelbagai peringkat (MLM) ini masih menjadi pilihan oleh beberapa kalangan masyarakat sebagai alternatif kegiatan perniagaan termasuklah golongan mahasiswa. Berdasarkan kajian lepas, kurangnya penyelidikan





kajian berkaitan mahasiswa muslim yang melibatkan diri dalam perniagaan MLM ini. Demikian itu, kajian ini cuba membincangkan tentang tahap pengetahuan, daya tarikan syarikat, keperluan peribadi dan penglibatan mahasiswa muslim di universiti awam dalam perniagaan (MLM) patuh syariah. Kajian ini juga sekaligus memberikan banyak manfaat dan faedah kepada banyak pihak antaranya, golongan mahasiswa, pihak universiti dan lain-lain lagi.

