

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kondisi pandemi covid-19 yang berlangsung dari awal tahun 2020, telah berdampak langsung pada melambatnya pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia, diantaranya kondisi tersebut memberikan kontribusi yang besar pada tingginya tingkat pengangguran di negara ini. Pengangguran kini telah merata di hampir seluruh wilayah Indonesia. Berwirausaha merupakan salah satu alternatif sebagai jalan keluar yang dapat ditempuh untuk mengatasi pengangguran. Seperti yang diketahui, bahwa jumlah wirausaha merupakan indikator dari adanya kemajuan perekonomian pada suatu negara. Pada umumnya, semakin besar jumlah wirausaha di suatu negara, maka akan semakin maju dan semakin stabil perekonomian pada negara tersebut.<sup>1</sup> Pertambahan jumlah wirausaha juga memberikan korelasi yang positif dengan bertambahnya suatu lapangan pekerjaan dan peningkatan tingkat kesejahteraan dalam masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh Suryana, yang menyatakan bahwa peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan menciptakan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian bagi suatu negara.<sup>2</sup>

Islam sebagai salah satu agama dengan jumlah pemeluk mayoritas di dunia, jelas memandang positif terhadap aktifitas wirausaha (*entrepreneur*). Hal tersebut sesuai perintah Allah kepada umat manusia untuk berusaha “bertebaran di muka bumi” guna mencari karunia-Nya yang berlimpah.<sup>3</sup> Allah akan sangat menghargai seseorang yang mau bekerja dan berjuang untuk meraih karunia (berbagai macam sarana kehidupan yang telah disediakan oleh Allah).<sup>4</sup> Dalam pandangan Al-Qur’an, kerja dan amal dari seseorang lah yang akan menentukan posisinya dan

---

<sup>1</sup> Sudrajat, *Kiat Mengentaskan Pengangguran Dan Kemiskinan Melalui Wirausaha* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 58.

<sup>2</sup> Suryana, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 27.

<sup>3</sup> Al-Qur’an, Al-Jumu’ah ayat 10, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Cipta Bagus Segara, 2012), 283.

<sup>4</sup> Ali Muhammad Taufik, *Praktik Manajemen Berbasis Al-Quran* (Jakarta: Gema Insani, 2004), 41.

statusnya dalam kehidupan.<sup>5</sup> Berkenaan dengan *entrepreneurship*, dalam sebuah hadits pun juga disebutkan bahwa tangan yang di atas akan lebih baik daripada tangan yang di bawah. Dalam ajaran Islam, diserukan kepada umatnya supaya dapat menggunakan harta yang dimiliki untuk diorientasikan pada hal-hal kebaikan dan hal-hal yang memiliki manfaat optimal. Tentunya bukan untuk diri sendiri tetapi juga bermanfaat untuk semua manusia, karena dalam Islam sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia yang lain.<sup>6</sup> Pernyataan tersebut tentulah sesuai dengan prinsip kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Meskipun dipandang sebagai aktifitas yang mulia, berwirausaha atau berbisnis bukanlah suatu hal yang mudah. Aktifitas bisnis merupakan aktifitas yang sangat dinamis dalam sejarah kehidupan manusia. Dimana seseorang dalam melakukan aktifitas bisnis tidak akan pernah sama dari waktu ke waktu, baik dari segi proses transaksi yang dilakukan, alat transaksi yang digunakan, serta sistem transaksi yang diterapkan. Hal tersebut dapat terjadi disebabkan oleh proses interaksi, tingkat pengetahuan, dan budaya dari masyarakat yang semakin hari semakin berkembang. Perkembangan yang ada dalam dunia bisnis akan selalu menemukan muara untuk menciptakan bentuk, cara, pasar, dan konsumennya sendiri. Hal tersebut memperjelas bahwa praktik dalam aktifitas berbisnis mengandung *creative destruction* seperti pendapat Josep Schumper. Bentuk dari *creative destruction* itu adalah proses mutase atau perubahan industrial yang tidak akan pernah bisa putus merevolusi struktur ekonomi dari dalam, akan terus-menerus menghancurkan sistem yang lama, serta tidak akan pernah habis untuk menciptakan temuan-temuan yang lebih baru.<sup>7</sup>

Salah satu bentuk inovasi dalam aktifitas bisnis yang memiliki perbedaan dengan cara konvensional pada aspek distribusi (pemasaran barang) adalah pemasaran produk dengan

---

<sup>5</sup> Al-Qur'an, Al-An'am ayat 132, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Cipta Bagus Segara, 2012), 145.

<sup>6</sup> HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam *Shahihul Jami'* no:3289.

<sup>7</sup> Makhrus, Putri Dwi Cahyani, "Concept Islamicpreneurship Efforts In Promoting The Islamic Business Practices", *Islamadina Juranl Pemikiran Islam*, Volume XVIII, No. 1, (Maret 2017):5.

sistem *network marketing* (jaringan). Sistem bisnis *network marketing* ini biasa disebut dengan bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) yaitu cara penjualan produk yang memangkas jalur distribusi yang ada dalam penjualan konvensional, dimana mereka tidak melibatkan agen grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk yang dijual kepada distributor tunggal (independen) yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen.<sup>8</sup> Salah satu alasan bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) diminati oleh banyak orang dikarenakan pelaku bisnis tidak perlu memiliki modal *financial* yang cukup banyak untuk menjalankan bisnisnya. Sebenarnya bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) sudah muncul sejak lama, namun akhir-akhir ini mendapat perhatian lebih dikarenakan mereka tetap eksis di masa pandemi, dimana semua aktifitas bisnis yang lain mengalami penurunan akibat perubahan sistem dari *offline* menuju *online*. Sedangkan pelaku bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) sudah terbiasa menerapkan sistem pemasaran produk melalui media sosial (*online*).

Adanya perkembangan dalam aktifitas bisnis yang bermacam-macam bentuknya haruslah disikapi secara bijak dengan cara selalu melakukan inovasi, mengasah kreativitas, serta memaksimalkan sumber daya yang telah dimiliki. Oleh karena itu, hadirnya sudut pandang spiritualistik dalam aktifitas berbisnis akan dapat memberikan sebuah tuntunan bahwa bisnis yang dilakukan tidak semata-mata mencari keuntungan saja, tetapi juga sebagai sarana beribadah untuk mendekatkan diri kepada Allah. Upaya untuk menerapkan sikap spiritualitas pada aktifitas bisnis dalam ajaran agama Islam (ekonomi syari'ah) dikenal dengan upaya terciptanya *falah*.<sup>9</sup> Maksud dari *falah* disini adalah kesuksesan multidimensi, dimana aktifitas bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian profit saja, namun juga pencapaian secara spiritual yang berfokus pada produktifitas dan kualitas pencapaian kebahagiaan di akhirat kelak.

Adanya prinsip *equilibrium* (keseimbangan antara dunia dan akhirat) menjadi sebuah ciri khas yang membedakan aktifitas bisnis islam dan bisnis konvensional. Dimana fenomena yang ada

---

<sup>8</sup> Safwan, "Multi Level Marketing In Islamic Business Ethics Perspective" *Jurnal JESKape*, Vol.2 No. 1 (Januari-Juni 2019), 55.

<sup>9</sup> P3EI UII, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Rajawali Press, 2008), 41.

pada aktifitas ekonomi konvensional yaitu pendapatan perkapitanya tinggi namun masyarakat bersifat individualistic dan materialistic yang pada akhirnya akan menciptakan jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin, dimana mereka yang memiliki modal akan semakin kaya dan yang miskin akan semakin miskin.<sup>10</sup> Beberapa efek dalam praktik ekonomi konvensional tersebut yakni timbulnya cara pandang *relativisme* (kepentingan pribadi), *utilitarisme* (kepentingan untung rugi), *universalisme* (kewajiban), hak (kepentingan individu).<sup>11</sup> Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan fundamental antara praktik bisnis konvensional yang lebih menekankan pada pencapaian material dan mengesampingkan aspek-aspek spiritual yang menjadi hal fundamental dalam bisnis Islam, dimana aktifitas berbisnis dituntut untuk berjalan sesuai dengan etika dan tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan As-sunnah, sebab sumber ajaran Islam tersebut lah yang dijadikan sebagai rujukan kebenaran dan orientasi praktik bisnis.

Maka dari itu, keberadaan *islamic entrepreneurship* dapat menjadi sarana evolusi bagi praktik bisnis yang memungkinkan para *entrepreneur* islam dapat mengimplementasikan ajaran-ajaran Islam dalam aktifitas produksi, distribusi dan konsumsi. *Islamic entrepreneurship* menjadi salah satu hal penting yang tidak akan bisa untuk dihindari, terlebih dengan semakin bervariasinya masalah yang harus dihadapi saat ini. Dengan pengimplementasian *islamic entrepreneurship* dalam aktifitas bisnis bisa dijadikan sebagai solusi yang dapat memberikan pandangan mengenai praktik dan petunjuk bisnis, serta akan menjadi pengendali dalam persaingan bisnis agar tidak keluar dari norma sosial dan ajaran Islam. Sehingga adanya penelitian ini untuk memberikan eksplorasi yang lebih jauh mengenai *islamic entrepreneurship* sebagai sebuah konsep dan gagasan yang diterapkan dalam aktifitas berbisnis.

Penelitian ini difokuskan pada pembahasan *islamic entrepreneurship* pada aktifitas bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) karena berdasarkan pengamatan penulis di lapangan

---

<sup>10</sup> Irianto, Baiq Kisnawati, "Ekonomi Konvensional VS Ekonomi Islam" *Jurnal Valid*, Vol. 10, No. 3 (Juli, 2013), 33-39.

<sup>11</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 16.

banyak masyarakat yang memandang sebelah mata pelaku bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) dikarenakan sistem kerjanya berdasarkan sistem jaringan (*network marketing*). Salah satu perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) adalah PT. Natural Nusantara. Masyarakat sering menyamakan cara kerja distributor PT. Natural Nusantara dengan sistem *money game* yang jelas dilarang dalam Islam karena bukan sistem MLM (*Multi Level Marketing*) murni. Maka dari itu, penulis ingin mengeksplorasi dan menganalisis tentang implementasi *islamic entrepreneurship* pada praktik bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) PT. Natural Nusantara, khususnya di wilayah kabupaten Pati.

Penelitian yang berkaitan dengan *Islamic entrepreneurship* telah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Nuranisa telah meneliti tentang “*Islamic Entrepreneurship System*”. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa tumbuhnya lembaga-lembaga bisnis syariah, jasa keuangan dan perbankan syariah memang cukup marak di Indonesia, namun kalau dibandingkan dengan eksistensi lembaga yang bernaung pada sistem kapitalisme, lembaga ekonomi yang berlabel syariah Islam baru berkisar sekitar 5%.<sup>12</sup> Menurut penulis, gerakan untuk mengajak umat Islam agar berwirausaha yang sesuai ajaran agama memang wajib digalakan sebagai solusi awal dalam rangka menjadikan sistem ekonomi Islam sebagai sistem besar yang dapat memutar roda perekonomian di negeri ini. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian yang lebih lanjut tentang implementasi *islamic entrepreneurship*, khususnya dalam aktivitas berbisnis.

Mohammad Ali Ashraf juga meneliti tentang “*Theory of Islamic Entrepreneurship: A Conceptual Paper*” dengan hasil penelitian usulan model konseptual baru pada teori *islamic entrepreneurship* dimana pengaruh hukum Islam memainkan peran penting dalam membentuk aktivitas kewirausahaan Islam. Penelitian ini mengusulkan model baru TIE (*Teori Islamic Entrepreneurship*) yang didasarkan pada TPB di mana hanya rasionalitas umum yang telah dimodifikasi menjadi niat rasional subyektif terbatas terhadap perilaku aktual dalam TBRPB yang

---

<sup>12</sup> Nuranisa, “Islamic Entrepreneurship System”, *IQRA: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 13, No. 02 (Juli, 2018), 27.

mempertahankan ketiga variabel TPB yaitu *attitude toward behavior*, *subjetive norms* dan *perceived behavioral control*. Sedangkan dalam model TIE, rasionalitas terbatas dan perilaku aktual TPB telah digantikan oleh empati, kewajiban moral, efikasi diri, dan dukungan sosial.<sup>13</sup> Menurut penulis, usulan teori *islamic entrepreneurship* tersebut perlu dilakukan penelitian lapangan lebih lanjut sehingga kita dapat mengetahui bagaimana implementasinya dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian lebih lanjut tentang implementasi *islamic entrepreneurship*, khususnya dalam aktivitas berbisnis.

Ali Aslan Gumusay juga meneliti tentang “*Entrepreneurship from an Islamic Perspective*” dengan hasil penelitian bahwa EIP (*Entrepreneurship Islamic Perspective*) didasarkan pada tiga pilar yang saling berhubungan, yaitu: kewirausahaan, sosial-ekonomi/etika, dan religio-spiritual. Penelitian ini menguraikan bagaimana Islam dapat membentuk kewirausahaan di tingkat mikro, meso, dan makro. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Islam dapat dianggap sebagai agama kewirausahaan dalam arti bahwa Islam memungkinkan dan mendorong aktivitas kewirausahaan.<sup>14</sup> Menurut penulis, usulan teori *islamic entrepreneurship* tersebut juga perlu dilakukan penelitian lapangan lebih lanjut sehingga kita dapat mengetahui bagaimana implementasinya dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian lebih lanjut tentang implementasi *islamic entrepreneurship*, khususnya dalam aktivitas berbisnis.

Sedangkan penelitian tentang praktik bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) juga telah dilakukan pada penelitian sebelumnya. Marimin meneliti tentang “Bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) Dalam Pandangan Islam” dengan hasil penelitian bahwa pada dasarnya, hukum MLM (*Multi Level Marketing*) adalah ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung di dalamnya merupakan muamalat yang tidak bertentangan dengan hukum syariat Islam, maka absahlah MLM (*Multi Level Marketing*) tersebut. Namun, jika

---

<sup>13</sup> Mohammad Ali Ashraf, “Theory of Islamic Entrepreneurship: A Conceptual Paper”, *Jurnal Internasional Kewirausahaan*. Vol. 23 No.3 (2019), 31.

<sup>14</sup> Ali Aslan Gumusay, “Entrepreneurship from an Islamic Perspective”, *Jurnal Bus Ethics*, Vol. 3 No. 4 (2015), 21.

muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM (*Multi Level Marketing*) tersebut.<sup>15</sup> Menurut penulis, perlu dilakukan penelitian lapangan lebih lanjut tentang MLM (*Multi Level Marketing*) dimana dalam penelitian ini belum dilakukan, sehingga dapat diketahui apakah sistem dalam aktivitas MLM (*Multi Level Marketing*) sudah sesuai dengan sistem muamalat dalam Islam atau berbeda. Oleh karena itu, penulis memilih penelitian dengan objek penelitian perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*), sehingga penulis dapat mengeksplorasi aktivitas yang ada didalamnya dan menganalisis kesesuaian dengan syariat Islam.

Iwan Fahri Cahyadi juga meneliti tentang “Strategi *Repositioning* Bisnis *Multi Level Marketing* dan Tinjauan dari Perspektif Syari’ah” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa perusahaan perlu melakukan strategi *repositioning* untuk mengembalikan citra positif melalui *Public Relation* (PR), memberhentikan mitra bisnis yang melakukan tipu daya, jika perusahaan telanjur mendapat citra negative maka perlu penggantian nama perusahaan. Hal tersebut dikarenakan penetapan bahwa MLM (*Multi Level Marketing*) haram hukumnya pada bulan Maret 2019 dalam acara Musyawarah Nasional (Munas) Alim Ulama dan Konferensi Besar Nahdlatul Ulama (NU) di Ponpes Miftahul Huda Al-Azhar, Citangkolo, Banjar, Jawa Barat. Hal ini didasari karena *money game* mengandung unsur manipulasi, tipu daya, tidak transparan, pihak yang dirugikan, syarat yang menyalahi prinsip akad Islam, bukan barang tapi bonus, maka hukumnya haram.<sup>16</sup> Dalam penelitian tersebut, hanya dibuktikan bahwa MLM (*Multi Level Marketing*) adalah haram sehingga perusahaan perlu melakukan *repositioning* untuk mengembalikan citra positif dalam masyarakat, tanpa melihat dan mengevaluasi kegiatan yang ada di dalam sistem MLM (*Multi Level Marketing*) itu sendiri. Oleh karena itu, penulis memilih penelitian dengan objek penelitian perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*), sehingga penulis dapat

---

<sup>15</sup> Agus Marimin, Romdhoni, dkk., “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 02, No. 02: 2477-6157.

<sup>16</sup> Iwan Fahri Cahyadi yang berjudul “Strategi *Repositioning* Bisnis *Multi Level Marketing* dan Tinjauan dari Perspektif Syari’ah” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, No. 1 (2019): 45.

mengeksplorasi aktivitas yang ada didalamnya dan menganalisis kesesuaian dengan syariat Islam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat *fenomena gap* dan *research gap*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Islamic Entrepreneurship Pada Bisnis Distributor MLM (Multi Level Marketing) Murni PT. Natural Nusantara Di Kabupaten Pati”**.

## B. Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif, dalam proses penelitiannya harus menggunakan fokus penelitian. Hal tersebut dikarenakan asumsi yang terkuat dalam penelitian ini adalah gejala dari suatu obyek penelitian yang harus bersifat *holistic* yaitu harus menyeluruh dan tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan situasi sosial yang diteliti, meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktifitas (*activity*) yang memiliki interaksi sinergis dan dinamis.<sup>17</sup>

Penelitian yang berjudul **“Implementasi Islamic Entrepreneurship Pada Bisnis Distributor MLM (Multi Level Marketing) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati”** memiliki fokus penelitian berupa pelaku (*actor*), tempat (*place*), dan aktifitas yang diteliti (*activity*). Dalam penelitian ini, penulis memilih pelaku (*actor*) yaitu distributor PT. Natural Nusantara. Tempat (*place*) penelitian di fokuskan pada Kabupaten Pati. Sedangkan aktifitas (*activity*) yang diteliti difokuskan pada implementasi *islamic entrepreneurship* dan dampaknya. Berdasarkan aspek-aspek tersebut, penulis dalam penelitian ini akan fokus melakukan eksplorasi dalam aktivitas bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati, kemudian menganalisis dan mengevaluasi *islamic entrepreneurship* yang diimplementasikan oleh distributor MLM (*Multi Level Marketing*) murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati, serta bagaimana dampak implementasi *islamic entrepreneurship* pada bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati.

---

<sup>17</sup> Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar Serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2019), 51.



### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *islamic entrepreneurship* pada bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati?
2. Bagaimana dampak implementasi *islamic entrepreneurship* pada bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Bertujuan untuk menganalisis implementasi *islamic entrepreneurship* pada bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati.
2. Bertujuan untuk menemukan dampak implementasi *islamic entrepreneurship* pada bisnis distributor MLM (*Multi Level Marketing*) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati.

### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
  - a) Dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam khasanah penelitian ilmu ekonomi, khususnya dalam lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan Manajemen Bisnis Syari'ah (MBS).
  - b) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis yaitu penelitian yang berkaitan dengan permasalahan tentang implementasi *islamic entrepreneurship* pada aktivitas bisnis.
  - c) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis yaitu penelitian yang berkaitan dengan dampak implementasi *islamic entrepreneurship* pada aktivitas bisnis.
2. Manfaat Praktis
  - a) Memberikan kontribusi positif dalam pengembangan suatu bisnis, khususnya pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).
  - b) Memberikan kontribusi positif bagi pelaku bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) murni, khususnya untuk

distributor PT. Natural Nusantara di kabupaten Pati.

- c) Memberikan kontribusi berupa pemikiran dalam bentuk dokumen bagi mahasiswa ataupun bagi pembaca untuk mendapatkan data-data yang diperlukan, yaitu data yang berkaitan dengan *islamic entrepreneurship*.

## F. Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini dirangkai dengan kerangka sistematis agar dapat mempermudah pembaca untuk memahami isi dari penelitian ini. Adapun kerangka sistematis penulisannya adalah:

**Bab I: Pendahuluan**, bab ini membahas antara lain latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam penyusunan bab penelitian ini membahas tentang alasan atau berbagai hal yang menyebabkan penulis mengangkat judul Implementasi *Islamic Entrepreneurship* Pada Bisnis Distributor MLM (*Multi Level Marketing*) Murni PT. Natural Nusantara di Kabupaten Pati.

**Bab II: Kajian Teori**, membahas mengenai kajian teori tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*), teori *islamic entrepreneurship* dan teori tentang MLM (*Multi Level Marketing*), penelitian terdahulu yang terkait dengan judul, kerangka berfikir, dan pertanyaan penelitian yang diajukan kepada subjek penelitian.

**Bab III: Metode Penelitian**, membahas mengenai jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**Bab IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan**, yang menguraikan tentang gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

**Bab V: Penutup**, yang berisi simpulan dari hasil penelitian yang dilaksanakan dan saran bagi pihak-pihak terkait.