

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Disadari atau tidak setiap manusia di dunia ini tidak akan bisa lepas dari dunia perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalankan kehidupannya.<sup>1</sup> Aspek penting yang dapat menunjang kemajuan suatu bangsa adalah ekonomi. Bangsa yang dapat membangun dan memajukan sektor ekonomi dengan memperhatikan pemerataan pendapatan bagi warga baik secara formal maupun informal.

Dunia semakin maju, teknologi semakin canggih dan sistem perdaganganpun semakin banyak, semarak dan beraneka ragam. Sistem yang digunakan perusahaan pun berbeda-beda. Bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* semakin marak dan banyak diminati orang, karena dengan sistem *multi level marketing* ini menjanjikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu rumit. *Multi level marketing* adalah sebagai pemasaran bidang jasa dengan sistem penjualan barang secara langsung (*direct*) melalui sistem pemasaran bertingkat, dimana pihak *member* akan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya. *Multi level marketing* disebut juga *network marketing*, dengan strategi dalam memasarkan produknya, biasanya orang

---

<sup>1</sup> Arifin Johan, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 31.

yang bergabung disebut distributor yang dapat melakukan penjualan dan memperbesar jaringan dibawahnya.<sup>2</sup> *Multi level marketing* merupakan sistem bisnis yang dapat menjanjikan keberhasilan *financial* dengan sistem pemasaran berjenjang yang dinilai dapat mendorong kemampuan seseorang di bidang *marketing* yang merupakan salah satu hal yang mendasari *entrepreneurial* yaitu, *multi level marketing* (MLM) sistem bisnis ini akhirnya mulai banyak dipilih oleh beberapa kalangan sebagai alternatif kegiatan bisnis.

*Multi level marketing* pada hakikatnya sebuah gambaran dari suatu jenis pemasaran karena perusahaan *multi level marketing* mempunyai cara promosi tertentu dan rancangan kompensasinya melibatkan sejumlah tingkat pengorganisasian kelompok dan pembayaran komisi, serta dapat menerapkan segala metode penjualan (seperti penjualan langsung secara tradisional, *party plan*, atau *mail order*). Perbedaan pokok antara *multi level marketing* dan berbagai bentuk penjualan lainnya adalah distributor *multi level* tidak hanya berusaha menjual kepada konsumen secara eceran, tapi juga mencari distributor untuk menjual barang atau jasa tertentu kepada orang lain. selain mendapatkan komisi penjualan, para *member* juga mendapat bonus ketika distributor dalam kelompok berhasil menjual.<sup>3</sup>

Keunggulan bisnis *multi level marketing* ini adalah modal yang relatif kecil dengan peluang besar, tidak ada resiko kerugian karena uang

---

<sup>2</sup> Pindi Kisata, *Why Not MLM?* (Jakarta: PT. Gramedia ustaka Utama, 2005), 3.

<sup>3</sup> Brian Tracy, *MLM Sukses* (PT Deleprtasa Publishing, 2005), 13.

yang dikeluarkan sebagai modal awal bergabung tersebut akan dikembalikan berupa produk dan tidak memiliki jam kerja tertentu.<sup>4</sup> Bisnis *multi level marketing* dijalankan sebagai pekerjaan sampingan untuk memperoleh *income* guna kesejahteraan hidup di masa depan. Modal awal yang relatif kecil hanya untuk membeli produknya saja, waktu yang *fleksibel* karena bisnis ini dijalankan dengan menggunakan waktu luang. Disamping itu untuk menjalankan bisnis ini tidak membutuhkan latar belakang khusus karena nantinya akan ada sekolah bisnis (*training*) yang mengajarkan cara-cara untuk menjalankan bisnis ini yang juga dibantu dan dibimbing oleh para *leader*.<sup>5</sup>

*Multi level marketing* atau bisa disingkat MLM, sebuah bisnis dengan sistem *marketing* yang sedang marak di Indonesia. Komisi yang besar, jaminan kaya menjadi penyebab bisnis *multi level marketing* banyak diminati masyarakat Indonesia. Bisnis *multi level marketing* seringkali dikaitkan dengan sebuah formula untuk mendapatkan kekayaan secara cepat dan mudah. Pandangan ini muncul dari beberapa penawaran usaha-usaha *multi level marketing* yang menghubungkan bisnis ini dengan cara cepat dan mudah untuk mendapatkan kekayaan. Sebenarnya, *multi level marketing* bukanlah sebuah formula ajaib yang mendatangkan uang dengan cepat dan mudah. *Multi level marketing* hanyalah sebuah metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. *Multi level marketing*

---

<sup>4</sup> Eric Worre, *Go Pro 7 Strategi Menjadi Pembisnis MLM Profesional* (Surabaya: Mic ublishing, 2013), 15.

<sup>5</sup> MLM Leaders, *Succes Guaranteed* (Surabaya: Mic Publishing, 2018), 23.

dikenal dengan bisnis berkonsep *upline – downline*, bahkan dari semua perusahaan *multi level marketing* memegang konsep ini. Perusahaan *multi level marketing* biasanya menawarkan beberapa produk dengan syarat dan ketentuan untuk bergabung adalah dengan cara membeli paket produk tersebut dan mulai mencari jaringan atau anggota baru agar terjadi keseimbangan (*upline – downline*). Munculnya jaringan usaha dagang yang lebih dikenal dengan sebutan *multi level marketing* syariah sebagai alternatif dari keberadaan MLM-MLM konvensional yang ada di luaran sana dan juga lebih menarik. Setidaknya kehadiran *multi level marketing* syariah dapat memberikan warna berbeda dan pilihan tersendiri bagi para konsumen khususnya masyarakat muslim dalam memilih bisnis pemasaran dan penjualan produk berbasis *multi level marketing* yang asalnya dari negara Amerika Serikat.

Saat ini Indonesia sendiri masih menjadi sasaran *multi level marketing* dunia. Tanpa disadari, begitu besar angka rupiah yang mengalir ke luar negeri setiap tahun karena konsumsi masyarakat yang semakin meningkat atas produk yang beraneka ragam dari perusahaan, *multi level marketing* lokal masih belum bisa berbuat banyak untuk menjangkau pasar luar negeri dan mencicipi potensi ekonomi yang sangat besar ini. Ekspansi ke luar negeri pun masih mengandalkan komunitas.

Salah satu perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang menarik untuk diteliti adalah perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera. Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan Multi Nasional yang telah berdiri selama

dua puluh tahun lamanya dengan memproduksi dua produk kesehatan berkualitas berstandar GMP (*Good Manufacturing Practices*) dan telah mendapatkan izin resmi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) serta menjamin kehalalannya. Solusi bisnis Melia Sehat Sejahtera sebagai gerbang menuju kesuksesan, baik itu sukses kesehatan maupun sukses financial.

PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan *multi level marketing* yang tidak menerapkan sistem tutup poin atau sistem target yang harus dicapai dalam setiap bulannya untuk mencairkan bonus yang diperoleh. Namun ketika target tersebut tidak tercapai (poin tidak sesuai target) maka bonus tersebut bisa dibayar secara manual (pembelian produk). Sistem pembayaran pada PT. Melia Sehat Sejahtera dibagi menjadi tiga bagian yang dikatakan sebagai bonus yaitu bonus harian, bonus mingguan, dan bonus bulanan. Jenis bonus yang diberikan perusahaan pada *members*nya yaitu bonus sponsor, bonus *leadership*, bonus retail, bonus group retail, dan bonus *unilevel*.<sup>6</sup>

Jumlah *member* terus meningkat dari tahun ke tahun di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Kediri. Dilihat dari indikator ekonomi dan sosial di Kediri terus menunjukkan tren positif. Inflasi rendah dan terkendali, menurunnya angka kemiskinan, stabilnya pertumbuhan, berkurang pengangguran dan meningkatnya investasi di Kediri. *Member*

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan salah satu member MSS Sasintia Ayu Damayanti, Kediri, Pada Tanggal 01 November 2019.

merupakan suatu aset yang berharga bagi sebuah perusahaan termasuk perusahaan *multi level marketing*. Tanpa adanya *member* sebagai sumber daya manusia yang baik maka tujuan perusahaan tidak dapat tercapai dengan baik.

Secara umum kesejahteraan terbagi dalam dua bentuk, yaitu kesejahteraan secara materi dan kesejahteraan secara non materi. Kesejahteraan materi meliputi pendapatan yang didapatkan, jumlah harta yang dimiliki, serta apa saja yang sifatnya bisa dimaterialkan. Sementara kesejahteraan non materi adalah kesejahteraan yang kita miliki dimana kesejahteraan tersebut tidak berbentuk barang atau sejenisnya. Kesejahteraan menurut Islam meliputi kesejahteraan dari sisi materi dan juga non materi. Islam mengajarkan bahwasannya harta bukanlah satu-satunya indikator kesejahteraan karena pada dasarnya harta hanyalah alat yang digunakan untuk beribadah kepada Allah SWT.

Berkaitan dengan kesejahteraan *member* bisnis *multi level marketing* bukan hanya sekedar menjalankan penjualan produk, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, dan sebagainya tergantung *level*, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor.<sup>7</sup>

Peneliti tertarik melakukan penelitian tentang peran *multi level marketing* pada PT. Melia Sehat Sejahtera terhadap kesejahteraan

---

<sup>7</sup> Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing dalam Prespektif Islam" *Jurnal Equilibrium*, 2, No.1, (Juni, 2014), 78.

memberinya, peneliti mencoba melakukan pra penelitian dengan mewawancarai salah satu Top Leader yang ada di Kediri terkait pencapaiannya ke taraf sejahtera dan juga pencapaian *downlinenya* yang ada di Kediri, dalam hal ini para calon *member* yang akan menjalankan maupun yang sudah menjadi *member* dan sedang menjalankan bisnis *multi level marketing* berharap untuk mendapat kesejahteraan dalam kehidupannya di masa depan, tetapi dari sekian banyak *member* yang sudah menjalankan bisnis ini ada beberapa yang semakin jauh dari kata sejahtera, namun mayoritas mereka sudah mencapai taraf sejahtera.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam pemaparan di atas, maka penulis melakukan suatu penelitian dengan judul “Peran *Multilevel Marketing* dalam Meningkatkan Kesejahteraan *Member* (Studi Kasus PT. Melia Sehat Sejahtera Kediri)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis *multi level marketing* di PT. Melia Sehat Sejahtera?
2. Bagaimana peran bisnis *multi level marketing* dalam meningkatkan kesejahteraan member di PT. Melia Sehat Sejahtera?

### **C. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model bisnis *multi level marketing* di PT. Melia Sehat Sejahtera.
2. Untuk mengetahui peran bisnis *multilevel marketing* dalam meningkatkan kesejahteraan member di PT. Melia Sehat Sejahtera.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian dan mampu memperkaya khazanah dalam bidang ekonomi syariah khususnya dalam *multi level marketing*.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi PT. Melia Sehat Sejahtera atau pihak lain yang terkait di dalamnya dalam mengoptimalkan kesejahteraan *member* dan juga mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi para member pada umumnya dan pada perusahaan khususnya, serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang peran *multilevel marketing* dalam meningkatkan kesejahteraan *member*.

## E. Telaah Pustaka

Pertama, skripsi Rafiqah dengan judul “Perilaku Bisnis para Distributor MLM Tianshi di Kota Kediri ditinjau dari Etika Bisnis Islam” Tahun 2008.<sup>8</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti bisnis MLM. Namun, perbedaannya adalah skripsi ini objeknya pada perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera dan membahas peran MLM dalam kesejahteraan membernya, sedangkan pada penelitian sebelumnya objeknya di perusahaan Tianshi yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Khamidah dengan judul “Bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) PayTren dalam Prespektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Distributor Center PayTren Kediri)” Tahun 2017.<sup>9</sup> Dalam penelitian tersebut membahas bisnis MLM secara umum prespektif ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini membahas tentang peran MLM dalam kesejahteraan membernya. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang bisnis MLM. Namun, perbedaannya dengan penelitian ini adalah pada objeknya.

Ketiga, Cholidia Nailil melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) Syariah AHAD NET Sebagai Upaya Penentuan Peringkat dan Intensif”

---

<sup>8</sup> Rafiqah, “Perilaku Bisnis para Distributor MLM Tianshi di Kota Kediri ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” (Skripsi S1, STAIN Kediri, Kediri, 2008)

<sup>9</sup> Khamidah, “Bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) PayTren dalam Prespektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Distributor Center PayTren Kediri)” (Skripsi S1, IAIN Kediri, Kediri, 2017)

Tahun 2003.<sup>10</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah samasama membahas tentang MLM. Fokus penelitian terdahulu pada pengaruh pengembangan jaringan bisnis MLM sedangkan dalam penelitian ini fokus penelitiannya membahas peran MLM dalam kesejahteraan membernya. Selain itu objeknya juga berbeda, pada penelitian terdahulu objeknya di PT AHAD NET, sedangkan pada penelitian ini objeknya pada PT. Melia Sehat Sejahtera.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Anis Tyas Kuncoro dengan judul “Konsep Bisnis *Multilevel Marketing* dalam Prespektif Ekonomi Syariah” Tahun 2009.<sup>11</sup> Dalam penelitian tersebut membahas bisnis MLM secara umum prespektif ekonomi Islam, serta membedakan MLM konvensional dengan MLM syariah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang Bisnis MLM. Namun, perbedaannya adalah jenis penelitian terdahulu menggunakan pendekatan study pustaka (*library research*), sedangkan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Yanuar Septi Nurhaeni dengan judul “Strategi *Marketing* MLM Syariah (Studi Kasus di PT. Al Wahidah *Marketing International* Cabang Purwokerto)” Tahun 2010.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Cholidia Nailil, “Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) Syariah AHAD NET Sebagai Upaya Penentuan Peringkat dan Intensif” (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2003)

<sup>11</sup> Anis Tyas Kuncoro, “Konsep Bisnis *Multilevel Marketing* dalam Prespektif Ekonomi Syariah” (Skripsi S1, UNISSULA Semarang, Semarang, 2009)

<sup>12</sup> Yanuar Septi Nurhaeni, “Strategi *Marketing* MLM Syariah (Studi Kasus di PT. Al Wahidah *Marketing Internasional* Cabang Purwokerto)” (Skripsi S1, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2010)

Dalam penelitian tersebut meneliti tentang strategi pemasaran MLM Syariah di PT. *Al Wahidah Marketing Internasional* Cabang Purwokerto. Persamaan dengan penelitian ini adalah samasama meneliti tentang MLM. Namun, peredaanya adalah skripsi ini objeknya pada PT. Melia Sehat Sejahtera, sedangkan penelitian terdahulu objeknya pada PT. *Al Wahidah Marketing International* Cabang Purwokerto. Dan fokus penelitiannya pada strategi marketing MLM syariah, sedangkan penelitian ini fokus penelitiannya pada kesejahteraan membersinya.