

RASIONALITAS MEMBER DALAM BISNIS MULTILEVEL MARKETING (STUDI TENTANG MEMBER MELIA SEHAT SEJAHTERA DI KOTA TANJUNGPINANG)

Randal Liandra

Alumni Mahasiswa Sosiologi, Universitas Maritim Raja Ali Haji
(randalliandra@gmail.com)

Nanik Rahmawati

Dosen Sosiologi, Universitas Maritim Raja Ali Haji
(nanikrahmawati@umrah.ac.id)

Abstract

Bisnis Multi Level Marketing mengalami perkembangan di lingkungan masyarakat, khususnya masyarakat di Kota Tanjungpinang tepatnya di Melia Sehat Sejahtera. Fokus penelitian ini ada pada rumusan masalah yaitu: bagaimana rasionalitas member yang memilih bergabung dan menjalankan bisnis Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera. Rasionalitas masyarakat yang memilih menjadi member dapat dianalisis menggunakan Teori Pilihan Rasional dan konsep-konsep dari James Coleman tentang pilihan rasional yang meliputi konsep diri, kepentingan, nilai, kekuatan, dan tindakan. Adapun hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah bahwa dasar rasionalitas member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing awalnya karena tergiur dengan keuntungan yang besar yang akan di dapatkan melalui bisnis ini. Terdapat temuan lain bahwa ternyata masyarakat yang menjadi member Multi Level Marketing menggunakan cara yang berbeda-beda pada saat mendaftar menjadi member

Kata Kunci: Rasionalitas, Tindakan

A. Pendahuluan

Pada hakikatnya Multi Level Marketing merupakan usaha pemasaran dari semua perusahaan pemasaran, baik yang berbasis Multi Level Marketing maupun yang Non-Multi Level Marketing. Mungkin kita

pernah mendengar cara pemasaran dari suatu usaha Non-Multi Level Marketing, contohnya dengan menggunakan tawaran "ajak seorang teman anda maka anda akan memperoleh potongan harga

pada pembelanjaan berikutnya". Hal ini sebenarnya sudah merupakan suatu pola Multi Level Marketing. Contoh lainnya yaitu saat kita memberi tahu kepada seorang teman akan keberadaan warung makan di suatu tempat, lalu teman kita bersedia makan di tempat itu hingga akhirnya teman kita menjadi pelanggan di warung makan tersebut. Informasi yang kita berikan kepada teman kita tersebut merupakan suatu aktivitas penting sebuah Multi Level Marketing. Terlebih lagi pihak warung makan tersebut mengetahui kita sebagai orang yang sering membawa pelanggan, maka kita akan mendapatkan hak-hak istimewa dari pemilik warung tersebut. Itulah yang disebut sebagai Multi Level Marketing. Jadi, Multi Level Marketing merupakan cara bisnis yang sederhana.

Multi Level Marketing secara harafiah adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up line* dan *down line* umumnya

mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda atas dan bawah, maka seseorang disebut sebagai *up line* jika mempunyai *down line*. (Luh Putu. 2013. *google scholar*. Jurnal Psikologi Vol. 2 No. 2).

PT. Citra Nusa Insan Cemerlang Indonesia) adalah perusahaan Multi Level Marketing yang mengalami puncak kejayaan pada tahun 2000an. Kala itu, pengangguran, ibu rumah tangga, pegawai, pensiunan aparatur negara pun ikut memanfaatkan bisnis Multi Level Marketing tersebut. (http://www.pengusaha.us/2014/02/5_perusahaan-mlm-yang-masih-eksis). Untuk masuk dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini biasanya setiap orang harus menjadi member (anggota jaringan) atau ada juga yang diistilahkan sebagai distributor. Kadangkala untuk bisa menjadi member, seseorang harus terlebih dahulu mengisi formulir *membership* dengan membayar sejumlah uang pendaftaran, dan disertai dengan pembelian produk tertentu agar member tersebut mempunyai poin, dan kadang ada juga tanpa poin. Dalam hal ini

kebanyakan perusahaan Multi Level Marketing menggunakan sistem poin bagi anggota-anggotanya, perolehan poin menjadi sangat penting karena kadangkala suatu perusahaan Multi Level Marketing menjadikan poin sebagai ukuran besar kecilnya bonus yang diperoleh. Poin tersebut bisa dihitung berdasarkan pembelian langsung atau tidak langsung.

Pembelian langsung biasanya dilakukan oleh masing-masing member, sedangkan pembelian tidak langsung biasanya dilakukan oleh jaringan member tersebut. Dari sinilah kemudian ada istilah bonus jaringan. Karena dua kelebihan inilah, biasanya bisnis Multi Level Marketing ini diminati banyak kalangan. Ditambah dengan potongan harga yang tidak diberikan kepada orang yang tidak menjadi member. Pada prinsipnya, Multi Level Marketing tidak berbeda dengan perusahaan lain. Seorang member atau distributor harus mensponsori orang lain agar menjadi member/distributor dan orang ini harus menjadi *down line*

dari orang yang telah mensponsornya (*up line*-nya).

Begitu seterusnya, *up line* "harus" membimbing *down line*-nya untuk mensponsori orang lain lagi untuk membentuk jaringan. Sehingga orang yang menjadi *up line* akan mendapat bonus. bisnis Multi Level Marketing memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya, karena bisnis Multi Level Marketing menawarkan pendapatan yang luar biasa dalam waktu singkat, kebebasan waktu dan keuntungan. Kekurangannya, karena bisnis Multi Level Marketing dianggap hanya menjual mimpi.

Di bisnis Multi Level Marketing, komisi yang didapatkan berupa hasil penjualan orang yang kita tarik, atau hasil dari orang yang dibawa, serta hasil dari penjualan dari orang terakhir yang dibawa. Namun, tak semuanya bisnis Multi Level Marketing itu bisa dipercaya. Misalnya saja, kasus penipuan berkedok Multi Level Marketing di Ciamis pada awal 2012 lalu. Saat itu, puluhan orang menyerbu perusahaan Multi Level Marketing di Ciamis. Massa marah karena merasa

tertipu oleh perusahaan Multi Level Marketing tersebut. Setelah menjadi nasabah dan berhasil merekrut anggota baru, mereka tetap tak mendapatkan insentif seperti yang dijanjikan. Salah satu penyebab bisnis Multi Level Marketing menuai kontroversi di masyarakat Indonesia adalah sistem kerja Multi Level Marketing yang ternyata tidak baik, sistem tersebut bernama skema piramida.

Menurut UU NO 7 Tahun 2014 Pasal 9, yang dimaksudkan dengan skema piramida adalah istilah/nama kegiatan usaha yang bukan dari hasil kegiatan penjualan barang, kegiatan tersebut memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh imbalan pendapatan terutama dari biaya partisipasi orang lain yang bergabung setelah bergabungnya mitra usaha tersebut. Melalui UU tersebut jugalah, Pemerintah Indonesia melarang keras kepada setiap pelaku usaha yang menerapkan sistem skema piramida tersebut. Skema piramida dilarang karena akan merugikan masyarakat yang bergabung di Multi Level

Marketing tersebut karena rentan akan penipuan dan kecurangan.

Kini bisnis Multi Level Marketing hadir di Tanjungpinang yaitu Melia Sehat Sejahtera. Tidak sedikit masyarakat Tanjungpinang yang memanfaatkan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera. Seperti yang telah diketahui bahwa telah banyak rentetan negatif terhadap bisnis Multi Level Marketing di Indonesia. Ini memunculkan pertanyaan apa yang mendasari individu/aktor untuk terjun di bisnis Multi Level Marketing dan tindakan apa yang mereka lakukan untuk menjadi member dan setelah menjadi member di Melia Sehat Sejahtera, mengingat tidak sedikit masyarakat Tanjungpinang yang memanfaatkan bisnis tersebut hingga saat ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan data yang didapat di lapangan, terungkap penjelasan bahwa dasar rasionalitas masyarakat yang menjadi member Melia Sehat Sejahtera adalah karena ingin merubah kondisi finansial, tergiur dengan keuntungan yang

besar yang ditawarkan pihak Melia Sehat Sejahtera dan melihat *prospek* yang bagus yang ada di Melia Sehat Sejahtera. Dapat disimpulkan bahwa faktor ekonomi menjadi aspek yang sangat berperan yang bisa menjelaskan kenapa masyarakat mendaftarkan diri mereka menjadi member dan memutuskan untuk bergabung menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Segala macam cara yang ditawarkan oleh oknum di Melia Sehat Sejahtera kepada calon member mereka menunjukkan bahwa untuk bisa mencapai tujuan, maka seseorang harus rela berkorban. Konsep diri yang ada pada sebagian kecil masyarakat yang telah menjadi member adalah bagaimana sebagian kecil masyarakat kita memanfaatkan sarana-sarana yang ada di lingkungan terdekatnya seperti memanfaatkan informasi baik dari teman, dari oknum Melia Sehat Sejahtera itu sendiri maupun dari internet. Selain itu, memanfaatkan sarana-sarana lain seperti halnya memanfaatkan barang-barang

dengan cara menjualnya agar menghasilkan uang, sehingga dari hasil penjualan tersebut kemudian bisa dimanfaatkan masyarakat yang dalam hal ini adalah member untuk mendaftarkan diri menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Konsep diri yang terdapat pada masyarakat yang dalam hal ini telah menjadi member-member di Melia Sehat Sejahtera adalah untuk memanfaatkan adanya bisnis Multi Level Marketing tersebut. Aspek ekonomi jelas merupakan dasar member-member di Melia Sehat Sejahtera untuk turut serta ikut terjun di dalam bisnis tersebut dan melakukan tindakan yang akan merasionalisasikan diri terhadap bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Dari penjelasan yang diberikan oleh informan dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa pada dasarnya, kepentingan masyarakat yang telah menjadi member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera adalah bahwa hampir semua member membangun relasi yang

cukup banyak kepada member-member lainnya. Dengan keterikatan antar sesama member, maka menimbulkan kepentingan terhadap aktor tersebut yang dalam hal ini adalah member. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Coleman (2008:610), bahwa individu memiliki kepentingan dengan melibatkan perannya terhadap orang lain. Selain itu, member juga memiliki kepentingan yang lain yaitu member berusaha untuk mengembalikan modal yang sudah dikeluarkan pada saat mendaftar, karena ada beberapa member yang belum mendapatkan keuntungan yang bisa dirasakan.

Para member mencoba merasionalkan kepentingannya tersebut guna mencapai tujuannya yaitu mengembalikan modal yang cukup besar yang pernah mereka keluarkan pada saat mendaftar menjadi member dalam bisnis Multi Level Marketing tersebut. Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan-informan yang merupakan member di Melia Sehat Sejahtera, dapat dilihat bahwa nilai-nilai yang ada pada member Melia

Sehat Sejahtera adalah berupa peristiwa-peristiwa yang dijadikan sebagai sesuatu yang berharga dalam merasionalkan pilihan dan tindakan seseorang.

Seperti yang terjadi pada Putra, Mas Oki, dan Bayu, mereka menjadikan peristiwa keberhasilan member lain yang berhasil merekrut member-member baru sehingga menjadikan hal tersebut sebagai suatu penyemangat untuk memperoleh keuntungan dalam bisnis ini. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki member sebenarnya hampir sama dengan nilai yang mereka pahami untuk menunjang kepentingan mereka. Masyarakat yang dalam hal ini adalah member, menjadikan bonus yang disediakan oleh Melia Sehat Sejahtera sebagai kekuatan untuk terus menjalankan bisnis Multi Level Marketing hingga saat ini.

Tidak sedikit juga member yang menjadikan lingkungan sekitar menjadi sumber kekuatan bagi mereka sehingga member mampu untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera. Lalu, ada juga beberapa member

yang menjadikan sarana baik itu alat atau pun modal sebagai sumber kekuatan untuk bisa menjadi bagian dari Melia Sehat Sejahtera dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing. Coleman berpendapat bahwa kekuatan individu terletak pada sarana-sarana yang digunakannya sejak awal mula melakukan suatu tindakannya dalam melakukan tujuannya (James Coleman, 2011:180). Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan penelitian terkait dengan tindakan apa yang mereka lakukan dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera menjelaskan bahwa tindakan yang dilakukan member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera adalah berusaha mencari anggota baru atau calon member. Para member mempunyai cara-cara tertentu guna bisa meyakinkan calon member untuk bergabung di Melia Sehat Sejahtera.

Tindakan member-member di Melia Sehat Sejahtera sangat erat kaitannya dengan kepentingan yang mereka miliki dalam bisnis tersebut.

Member merasionalkan tindakannya berdasarkan kepentingan yang mereka miliki. Seperti yang dikatakan Coleman (2008:15), bahwa tindakan yang akan dimanfaatkan aktor harus bisa memberikan suatu kontribusi yang maksimal untuk tujuan untuk motif ekonominya yaitu mendapatkan suatu keuntungan untuk pribadinya.

C. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul "Rasionalitas Member Dalam Bisnis Multi Level Marketing (Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera di Kota Tanjungpinang)", maka diperoleh kesimpulan bahwa dasar rasionalitas member yang bergabung di Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang adalah bahwa awalnya member tergiur oleh keuntungan yang besar yang ditawarkan oleh oknum di Melia Sehat Sejahtera di sekitar kota Tanjungpinang.

Konsep diri yang ada pada diri member Melia Sehat Sejahtera adalah bahwa member-member yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera

memanfaatkan sarana yang ada di lingkungan sekitar member, yaitu berupa memanfaatkan informasi baik dari teman, maupun dari oknum di Melia Sehat Sejahtera dan internet guna mencapai tujuannya untuk bergabung di Melia Sehat Sejahtera. Selain itu, member juga memanfaatkan sarana yang berupa materil seperti barang berharga dan tabungan guna memenuhi kepuasan terhadap suatu tujuan yaitu bergabung di Melia Sehat Sejahtera.

Nilai-nilai yang ada pada member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera berbeda-beda. Nilai-nilai tersebut adalah bahwa ada member yang melihat keberhasilan dan nasib orang terdekat yang memperoleh keuntungan di Melia Sehat Sejahtera, ada pula member yang menjadikan keberhasilan member-member lain yang berhasil mendapatkan calon-calon member baru sebagai nilai yang penting yang perlu ditiru, ada juga member yang menjadikan pengalaman sebagai nilai yang berharga untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera,

serta member-member yang menjadikan kegiatan-kegiatan yang ada di Melia Sehat Sejahtera memiliki nilai yang bermanfaat untuk mencapai tujuan mereka.

Kekuatan-kekuatan yang dimiliki member sebenarnya hampir sama dengan nilai yang mereka pahami untuk menunjang kepentingan mereka. Para member menjadikan bonus yang disediakan oleh Melia Sehat Sejahtera sebagai kekuatan untuk terus menjalankan bisnis Multi Level Marketing hingga saat ini. Tidak sedikit juga member yang menjadikan lingkungan sekitar menjadi sumber kekuatan bagi mereka sehingga member mampu untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Lalu, ada juga beberapa member yang menjadikan sarana baik itu alat atau pun modal sebagai sumber kekuatan untuk bisa menjadi bagian dari Melia Sehat Sejahtera dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing. Tindakan yang dilakukan member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera adalah berusaha mencari anggota baru atau calon member.

Daftar Pustaka

Coleman, James S, 2011, *Dasar-Dasar Teori Sosial (Foundation of Social Theory)*, Bandung: Nusa Media

Haryanto, Sindung, 2012, *Spektrum Teori Sosial; Dari Klasik Hingga Postmodern*, Yogyakarta: Ar-Ruz Media

Outhwaite, Wiliam (Ed.), 2008, *Ensiklopedi Pemikiran Sosial Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Ritzer, George dan Douglas J Goodman, 2008, *Teori Sosiologi Modern*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Santoso, Benny, 2006, *ALL About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya*, Edisi kedua, Jakarta: Andi Publisher

Silalahi, Ulber, 2010, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama,

Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Wirawan, I.B, 2013, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

JURNAL

Haryanto, Eko, 2014 Pilihan Rasional dan Modal Sosial Petani, *Jurnal Sosiologi*, Universitas Brawijaya

Wahyu, Tommy, 2014 Rasionalitas Member Dalam Melakukan *Trading Forex* di Kota Malang, *Jurnal Sosiologi*, Universitas Brawijaya

Darmanirmala, 2007 Praktek Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perpektif