

Jurnal Manajemen

VOLUME 25/3/October/2021

P ISSN 1410 - 3583

E ISSN 2549 - 8797

Value Co-Creation in the Sharing Economy Platform: The Role of Ethical Perception
✍ Miharni Tjokrosaputro

Improving Employee Performance: The Role of OCB Between Personal Trust and Leadership
✍ Ampauleng Salma Abdullah

The Role of Integrated Reporting in Emerging Market: Earnings Quality and Debt Maturity
✍ Pria Aji Pamungkas, Amrie Firmansyah, Resi Ariyasa Qadri, Agung Dinarjito, Zef Arfiansyah

Developing Factors of E-Wom: Intention to Buy from the Consumer via Tik-Tok
✍ Ratna Dewi

The Role of Financial Literacy as One of the Influences of Financial Behavior
✍ Aprih Santoso, Eka Puspita Sari

The Role of Government Control on Consumer Behavior to be Environmentally Oriented
✍ Dipa Mulia, Muchsin Saggaff Shihab

The Role of Leadership Style in Fostering Creativity in the Workplace
✍ Hardiani, Muhammad Tafsi

The Effect Spouse Support and Mental Attitude on The Trade-fish Economic Recovery
✍ Yuli Purbaningsih, Ahmad Tarmizi Abd Karim, Muhammad Fath Azzajjad, Hasan Djidu, Andri Estining Sejati

Creating Culture Organizational Citizenship Behavior and Performance Through Human Research Optimization
✍ Syamsul Alam, Yana Fajriah, Muhammad Irwan Nur Hamiddin, Edy Jumady

The Effect of Anthropomorphic Appeal on Consumer Protective Behavior in Service Facilities
✍ Dwinita Laksmidewi

Editorial Address

Jurnal Manajemen's Secretariate Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Jln. Tanjung Duren Utara No. 1, Grogol, Jakarta Barat, DKI Jakarta, Indonesia, 11470

Phone/Fax (021) 5655508-9 Ext.0326

Email submisipaper@fe.untar.ac.id

URL <https://www.ecojoin.org/index.php/EJE/index>



Jurnal Manajemen

VOLUME 25/3/October/2021

P ISSN 1410 - 3583

E ISSN 2549 - 8797

The logo for e-JJM is displayed in a blue rounded rectangle with a black border. The text 'e-JJM' is rendered in a bold, red, serif font with a slight 3D effect and a drop shadow.

Editorial Address

Jurnal Manajemen's Secretariate Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Jln. Tanjung Duren Utara No. 1, Grogol, Jakarta Barat, DKI Jakarta, Indonesia, 11470

Phone/Fax (021) 5655508-9 Ext.0326

Email submisipaper@fe.untar.ac.id

URL <https://www.ecojoin.org/index.php/EJE/index>



MULTI LEVEL MARKETING (MLM) Sebuah Bisnis Idaman

Nuryasman MN

Fakultas Ekonomi, University Tarumanagara, Jakarta

Email: nuryasman@fe.untar.ac.id

Abstract: Today Network Marketing is famous by Multi Level Marketing begin sharp glance by owner of good to promote their products. If we try to compare between business konvensional and Multi Level Marketing we can get some advantages to uses the system of Multi Level Marketing as we can press down cost of promotion until minimize level.

For This time many people interest for this business at the first time only as side business but the next they begin to focus. Multi Level Marketing business very flexible in Financial Capital, with the low cost capital and get the benefit without limit. In the operational of this business is very simple and the risk is very insignificant and carry out a plan in Domestic and International Business.

Until today only some of people know about MLM business and the fact the have a certain view Negative about it. This written try to give comprehension about MLM business. how to operate, how to control and how to get successes in this business.

Key words: network marketing, multi level marketing, marketing plan, support system, follow up, edification, teachable, foundation pack, starter kit.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis yang semakin mengglobal saat ini, dimana persaingan dunia usaha semakin ketat akan membutuhkan strategi yang sangat jitu bagi sebuah perusahaan untuk memasarkan produknya agar dapat bersaing dalam pasar.

Berbagai strategi dilakukan, agar produk dapat menguasai pasar baik secara konvensional maupun dengan teknik yang lebih modern. dengan menggunakan berbagai kombinasi dalam pemasaran yang selama ini kenal yaitu, *Product, Price, Place* dan *Promotion (Marketing Mix)* (Ebert Griffin & Starke: 2005)

Pemasaran produk yang mulai berkembang pesat saat ini, namun masih dipandang sebelah mata dan menakutkan oleh banyak pelaku bisnis adalah pemasaran lewat jaringan (*network marketing*) yang biasa dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing (MLM)*. Hal ini terjadi karena belum banyak orang yang memahami tentang sistim pemasaran lewat MLM ini.

Namun ada beberapa fakta yang dapat diungkapkan bahwa sebenarnya keberadaan MLM ini perlu menjadi pertimbangan dalam pilihan strategi pemasaran seperti terungkap dalam "*The Secret Books of MLM*" (MLM Leaders. 2007, 26-27) menurut Philip Kotler bahwa bisnis jaringan (*network marketing*) merupakan strategi pemasaran bisnis yang sangat luar biasa dan akan berkembang secara pesat di masa akan datang, dari hasil survei majalah Warta Ekonomi terbitan 26 Maret 2001 menunjukkan dari 10 (sepuluh) profesi termahal di Indonesia, distributor jaringan (*network marketing*) menduduki profesi nomor pertama, sedangkan Robert T. Kiyosaki dalam bukunya *The Cashflow Quadrant* mengatakan, *Multi Level Marketing* merupakan satu diantara 3 (tiga) bisnis yang direkomendasikan sebagai bagian dari Quadran B (*Business Owner*), disamping itu dalam

buku *Business School* karangan Robert T. Kiyosaki membahas secara khusus tentang luar biasanya peluang bisnis di industri *Network Marketing* ini.

Tertarik dengan fakta tersebut penulis mencoba memaparkan tentang apa dan bagaimana meraih kesuksesan melalui bisnis MLM itu sehingga pandangan salah dan miring yang selama ini diberikan kepada bisnis ini dapat diluruskan.

Multi Level Marketing (MLM) adalah salah satu strategi pemasaran dengan jalan membangun saluran distribusi lewat jaringan, untuk memindahkan produk dan jasa secara langsung ke konsumen (MLM Leaders, 2007, 20). Dengan strategi ini berarti memungkinkan untuk orang membuka usaha dengan mudah dan modal yang relative lebih kecil.

Tidak ada orang yang tidak menginginkan bisnis yang dilakukannya berkembang dengan pesat dan menghasilkan pendapatan yang berlipat ganda yang dapat dijadikan sebagai bisnis impian. Secara umum suatu bisnis dapat dikatakan sebagai bisnis impian harus memiliki 5 (lima) karakteristik yaitu: (1) Modal rendah; (2) Adanya pengarahan, bimbingan dan dukungan; (3) Resiko kecil; (4) Pendapatan besar dan; (5) Ekspansi mudah.

Aktifitas bisnis MLM, jika diperhatikan memiliki kelima karakteristik diatas. sehingga akan sangat menjanjikan dan dapat dijadikan sebagai bisnis impian bagi semua orang dari berbagai latar belakang, selama orang tersebut mau belajar dan bertanya serta mengikuti prosedur yang sudah ada dan dirancang oleh perusahaan bersama support system-nya.

Dalam menjalankan usaha MLM ini seseorang tidak perlu menyediakan modal yang sangat besar sampai puluhan bahkan ratusan juta, tetapi cukup dengan mengeluarkan modal untuk membayar ongkos cetak brosur yang berisikan tentang profil perusahaan, produk-produk yang dimiliki serta informasi tentang rencana bisnis (*marketing plan*), cara-cara untuk mengembangkan jaringan dan memperbesar pendapatan, yang semua itu dikeluarkan/dibayarkan pada saat seseorang mendaftar sebagai distributor.

Modal awal yang rendah ini disebabkan oleh beberapa hal seperti: (1) Seorang distributor tidak harus menyediakan tempat untuk usaha; (2) Tidak perlu menyediakan barang yang banyak, cukup hanya untuk contoh produk saja; (3) Tidak perlu membayar gaji manajemen perusahaan, karena semuanya sudah dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan network marketing.

Seperti bisnis konvensional, bisnis MLM untuk mencapai kesuksesan diperlukan pembelajaran serta bimbingan dari orang-orang yang telah berpengalaman dalam menjalankan bisnis tersebut. Bimbingan dan pembelajaran tersebut diperoleh dari:

1. Upline yaitu, orang yang telah mengajak orang lain untuk bergabung dan menjalankan serta menekuni bisnis MLM. Upline ini telah memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam menjalankan bisnisnya sehingga dapat memberikan bimbingan, pengarahan serta mendampingi seseorang dalam menjalankan bisnis ini.
2. Support system yaitu, sistem pembelajaran yang disediakan oleh perusahaan dalam menunjang keberhasilan dan kesuksesan para distributornya. Melalui support system distributor akan dididik untuk meraih kesuksesan yang didambakan dengan menggunakan pelatihan-pelatihan, seminar baik tentang produk maupun motivasi diri dan peralatan lainnya seperti buku-buku, kaset, brosur, majalah dan lain sebagainya. Dan juga melalui support system distributor akan terlindungi dari tindakan yang merugikan, karena support system dapat berfungsi sebagai wadah perikatan sesama distributor.

Dengan resiko kecil dan bahkan bisa dikatakan hampir tidak ada, membuat bisnis ini memenuhi kriteria sebagai bisnis idaman. Ada beberapa hal yang menyebabkan bisnis MLM ini memiliki resiko kecil yaitu:

1. Modal awal dari usaha ini kecil, hanya sebesar uang pendaftaran sebagai distributor. Sehingga jika terjadi kegagalan dan seseorang harus berhenti, tidak akan mengalami kerugian yang besar.
2. Kemungkinan adanya piutang tak tertagih kecil. Hal ini disebabkan oleh sistem pembayaran yang dilakukan bersifat tunai (*Cash and Carry*).
3. Setiap distributor memiliki tanggungjawab dan kewajiban yang terpisah, sehingga semua aktifitas yang dilakukan oleh setiap distributor merupakan kewajiban dan tanggungjawab dari distributor tersebut.

Bisnis MLM memberikan pendapatan yang "Tidak Terbatas"

Salah satu keuntungan dari bisnis jaringan adalah, adanya kemampuan untuk meningkatkan penghasilan sampai jumlah yang tidak terbatas. Hal ini kadang-kadang memunculkan pandangan negatif terhadap bisnis ini yang disebut sebagai bisnis "TIPU-TIPU" bagi orang-orang yang belum memahaminya.

Sebagai ilustrasi, jika bisnis ini dijalankan dengan baik dan benar dapat dihitung seberapa besar penghasilan yang bisa diterima oleh seorang distributor sebagai berikut:

Apabila pada awal bergabungnya seorang distributor dapat mengajak rekan kerjanya sebanyak 3 orang dan kesemua rekan kerja tersebut juga melakukan langkah yang sama dan aktifitas ini selalu diduplikasi oleh rekan jaringan lainnya maka dapat ditentukan berapa banyaknya orang yang akan ada dalam jaringan tersebut seperti tabel berikut (asumsikan terbentuk 8 level / kedalaman dan 8 kaki / kelebaran):

Tabel 1: Jumlah Rekan Kerja Dalam Jaringan

Level	Jumlah Kaki / Kelebaran					
	3	4	5	6	7	8
Level 1	3	4	5	6	7	8
Level 2	9	16	25	36	49	64
Level 3	27	64	125	216	343	521
Level 4	81	256	625	1.296	2.401	4.168
Level 5	324	1.024	3.125	7.776	16.807	33.344
Level 6	972	4.096	15.625	46.656	117.649	266.752
Level 7	2.916	16.384	78.125	279.936	823.543	2.134.016
Level 8	8.748	65.536	390.625	1.679.616	5.764.801	17.072.128

Sumber: Data Ilustratif

Dari tabel diatas, dapat dilihat,seandainya seorang distributor mampu membangun jaringannya sampai kedalaman 8 (delapan) dan kelebaran sebanyak 8 kaki, jumlah rekan kerjanya sebanyak 17.072.128 orang. Jika dari semua rekan kerja tersebut hanya yang aktif dalam melakukan transaksi sebesar 1 %. dan setiap rekan kerja melakukan transaksi dengan nilai Rp. 1.000.000.00 per bulan maka omzet jaringan dari distributor tersebut dapat dihitung sebesar:

$$1\% \times 17.072.128 \times \text{Rp. } 1.000.000,00; \text{Rp. } 170.721.280.000,00.$$

Andaikan dari nilai omzet jaringan itu distributor tersebut mendapatkan 2%. maka dapat dihitung penghasilannya yaitu:

$$\text{Rp. } 170.721.280.000,00 \times 2\% = \text{Rp. } 3.414.425.600,00. \text{ Penghasilan ini belum}$$

ditambah dengan bonus-bonus serta insentif lain yang disediakan oleh perusahaan.

Untuk mewujudkan pendapatan “*TIDAK TERBATAS*” serta memperkecil resiko seperti yang diuraikan diatas. salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah memperluas wilayah usaha.

Memperluas wilayah usaha dapat dilakukan dalam satu negara maupun ke negara lain dengan cara yang sangat mudah karena: (1) Bisnis MLM tidak membutuhkan tempat usaha, sehingga dapat dilakukan dimana saja; (2) Untuk memperluas jaringan/usaha tidak membutuhkan modal dan persediaan barang yang banyak; (3) Dalam memperluas wilayah bisnis tidak membutuhkan izin, karena izin usaha ini sudah melekat kepada perusahaan; (4) Rekan jaringan dapat dibentuk dimana saja; dan (5) Pengembangan wilayah tidak membutuhkan karyawan administrasi atau operasional.

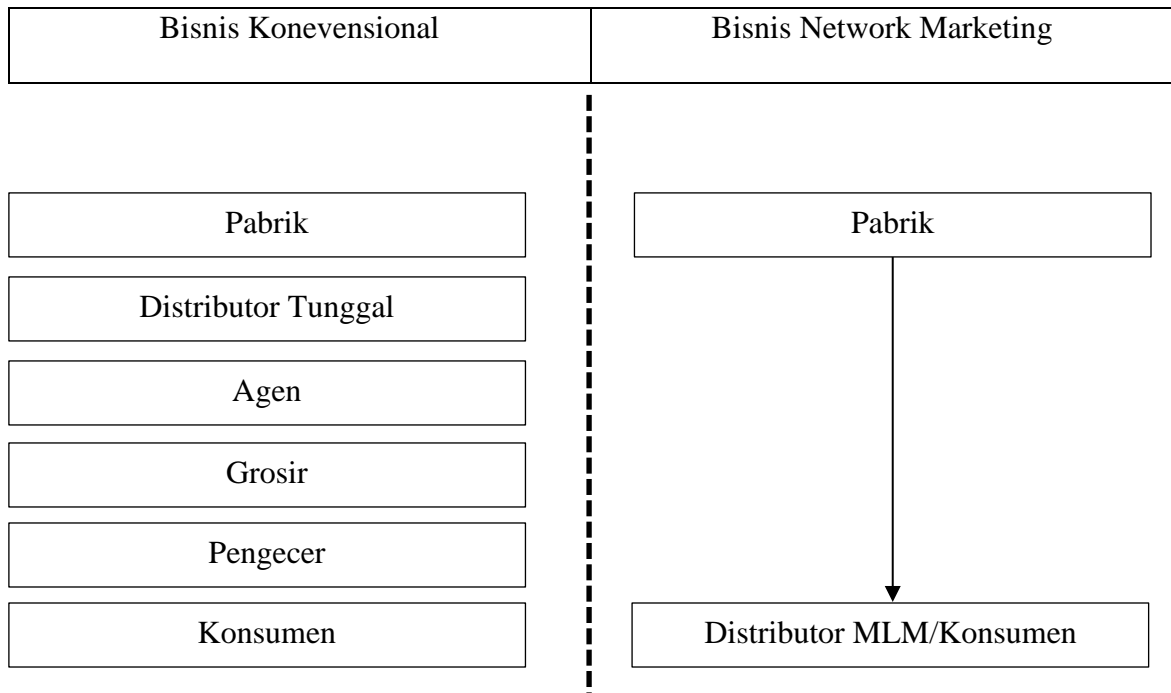
PEMBAHASAN

Dewasa ini banyak berkembang strategi pemasaran produk yang seolah-olah melakukan pemasaran jaringan (*network marketing*). namun pada dasarnya aktifitas tersebut bukanlah strategi pemasaran jaringan yang sesuai dengan kaidah dan karakteristik dari bisnis jaringan yang benar.

Untuk itu perlu diketahui perbedaan antara pemasaran jaringan (*network marketing*) dengan pemasaran yang berkedok pemasaran jaringan agar tidak salah dalam mengikutinya sehingga bukan memberikan keuntungan malahan akan merugikan dan pada akhirnya akan memvonis bahwa semua aktifitas pemasaran jaringan adalah bisnis “*TIPU TIPU*”.

Ada beberapa faktor yang perlu dicermati dari sebuah aktifitas apakah merupakan *network marketing* atau hanya berkedok *network marketing*:

- a. **Produk.** Produk sebagai salah satu tolak ukur dalam menilai apakah perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang melakukan pemasaran jaringan atau produk tersebut hanya dijadikan sebagai alat untuk merekrut orang yang akan menguntungkan pihak perusahaan.
- a. Pemasaran jaringan sangat mengandalkan kekuatannya pada keunggulan produk yang dipasarkan, sehingga dapat dipastikan, produk-produk yang dipasarkan oleh pemasaran jaringan haruslah produk-produk yang berkualitas dan memiliki jaminan yang baik dari pihak perusahaan, sehingga jika ada “*complain*” tentang produk, pihak perusahaan dapat memberikan “*product liability* dan *product safety*” kepada konsumen. Disamping itu, variasi dan keunikan dari produk serta ketersediaannya juga harus menjadi pertimbangan agar kelangsungan pemasaran dapat terjaga dengan baik. Jika hal ini tidak terpenuhi sudah sepatutnya aktifitas tersebut diwaspadai.
- b. **Harga.** Banyak orang berfikir bahwa perusahaan *network marketing* menjual produk murah dengan harga yang lebih mahal karena adanya penambahan nilai terhadap produk untuk memberikan bonus kepada para distributornya. Jika dibandingkan dengan bisnis konvensional harga yang ditentukan oleh perusahaan *network marketing* akan lebih murah karena tidak adanya biaya tambahan apapun selain margin keuntungan. seperti terlihat dari gambar berikut:



Gambar 1. Perbandingan Harga Jual

Sumber : The Secret Book of MLM, Cetakan Ketiga, MIC Publishing, 2007.

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa. harga jual yang dibebankan kepada konsumen oleh bisnis konvensional akan lebih mahal akibat:

Harga Jual = Harga pokok produksi + keuntungan pabrik + (biaya operasional + keuntungan distributor tunggal) + (biaya operasional + keuntungan agen) + (biaya operasional + keuntungan grosir) + (biaya operasional + keuntungan pengecer).

Harga jual ini akan semakin meningkat jika perusahaan melakukan promosi lewat media cetak dan elektronik.

Sedangkan harga jual untuk produk yang dipasarkan lewat *network marketing*, bisa dikatakan biaya-biaya seperti diatas tidak ada.

Perlu diperhatikan bahwa harga jual produk yang dipasarkan lewat *network marketing*. cenderung harganya sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

- c. **Lokasi.** Pertimbangan yang dijadikan untuk mendeteksi apakah aktifitas pemasaran yang digunakan. *network marketing* atau tidak adalah kemudahan bagi semua orang untuk mendapatkan produk perusahaan tersebut dimana saja dan adanya kemudahan bagi distributor / konsumen untuk menyampaikan keluhan-keluhan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan.
- d. **Pemasaran.** Dalam memasarkan produknya, biasanya secara langsung dan kepada para distributornya dilakukan berbagai promo-promo seperti dengan memberikan bonus dan insentif, sehingga dapat merangsang distributor akan lebih loyal dan lebih dapat meningkatkan produktifitas distributor dalam melakukan pemasaran produk serta mengembangkan jaringan.
- e. **Network marketing berbeda dengan Money Game.** Konsep *network marketing* jelas menekankan kepada usaha, tidak ada suatu hasil tanpa adanya suatu usaha. Namun jika dibandingkan dengan aktifitas yang bukan *network marketing* seperti *Money Game* atau Bank Gelap, cenderung masyarakat diiming-imingi dengan kekayaan yang

diperoleh tanpa adanya usaha yang berarti. Sistem seperti ini biasa disebut dengan Sistem Penjualan Piramida. Yaitu, sistem jaringan yang dibangun dari atas ke bawah dan hanya orang-orang yang bergabung lebih dulu yang akan berhasil. Sementara *network marketing* pengembangan jaringan dimulai dari bawah, dan kesuksesan yang diatas ditentukan oleh kesuksesan jaringan di bawah serta setiap orang memiliki peluang yang sama untuk meraih kesuksesan. Yang sukses bukan yang menjadi distributor pertama kali, tetapi orang yang mampu membangun jaringan dengan kuat dan mapan.

- f. **Terdaftar sebagai anggota organisasi / asosiasi penjualan langsung.** Sebuah perusahaan *network marketing* yang baik dan benar adalah terdaftar dalam organisasi yang mewadahi penjualan langsung, seperti APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) dan WDSA (Word Direct Selling Association). Dan untuk menjadi anggota asosiasi tersebut, sebuah perusahaan harus melakukan persentasi di hadapan seluruh anggota asosiasi. jika dicurigai dan didapati oleh asosiasi perusahaan tersebut memiliki sistem penjualan yang tidak baik dan sesuai dengan ketentuan, keanggotaan perusahaan tersebut akan ditolak atau dibatalkan.

Kiat-kiat Sukses Menjalankan Bisnis MLM

Setelah mengetahui apa itu bisnis jaringan / MLM dan apa perbedaan antara bisnis jaringan dengan yang berkedok bisnis jaringan, penulis mencoba mengupas kiat-kiat sukses para distributor dalam menjalankan usaha MLM ini.

Setiap usaha akan selalu dihadapkan kepada dua hal penting yaitu SUKSES / BERHASIL dan GAGAL. Dan setiap orang menginginkan apa yang dilakukannya akan meraih kesuksesan/keberhasilan.

Menurut David J. Schwartz dalam bukunya *The Magic of Thinking Big* Keberhasilan/Kesuksesan adalah:

Keberhasilan berarti banyak hal yang mengagumkan dan positif. Keberhasilan berarti kesejahteraan pribadi, rumah bagus, liburan, perjalanan, pengalaman baru, jaminan keuangan untuk anak-anak dan istri. Keberhasilan berarti memperoleh kehormatan, kepemimpinan, disegani oleh rekan bisnis dan populer di kalangan teman. Keberhasilan terutama berarti, kebebasan, kebebasan dari kekhawatiran, ketakutan, frustrasi dan kegagalan. Keberhasilan berarti, rasa hormat kepada diri sendiri, terus menerus mendapatkan kebahagiaan yang lebih riil dan kepuasan dari hidup ini, mampu mengerjakan lebih banyak bagi mereka yang bergantung kepada Anda, dan yang kasih sayangnya begitu Anda hargai. Keberhasilan berarti, menang. Keberhasilan berarti, prestasi. (David J. Schartz, alih bahasa Ors. F.X. Budiyanto, 2007, 1-3)

Dalam menjalankan bisnis MLM, keberhasilan seorang distributor 80 % ditentukan oleh sikap (Djoko Komara, 2007, 31). Sikap yang benar dalam membangun jaringan melalui beberapa tahap yaitu: (1) Impian dan Tujuan; (2) Membaca buku positif; (3) Mendengarkan kaset; (4) Hadir di setiap pertemuan; (5) Edifikasi dan Teachable.

Setiap manusia memiliki impian, namun karena begitu kompleksnya persoalan yang dihadapi serta tidak adanya alat yang tepat untuk mewujudkan impian tersebut, mengakibatkan banyak orang mengabaikannya dan bahkan melupakannya.

Dalam keseharian banyak diantara orang yang belum dapat membedakan antara

keinginan, kebutuhan dan impian (Djoko Komara, 2007, 33).

Keinginan suatu yang berdimensi jauh kedepan tetapi bersifat sementara, tidak mendesak dan tidak memiliki kekuatan yang emosional yang besar untuk mewujudkannya. Kebutuhan sesuatu yang bersifat mendesak dan memiliki kekuatan secara emosional yang besar untuk mewujudkannya, namun tidak memiliki dimensi jauh kedepan, sehingga cenderung hanya sebatas untuk memenuhi hal-hal dalam jangka pendek dan mendesak. Sementara impian adalah sesuatu yang memiliki dimensi jauh kedepan dan memiliki kekuatan emosional yang sangat besar untuk meraihnya, sehingga seseorang yang memiliki impian dan memiliki peluang untuk meraihnya akan mendorong orang untuk komitmen dalam mewujudkannya.

Komitmen diawali dengan adanya antusiasme dan keteguhan hati terhadap sesuatu. sehingga semakin besar harapan untuk mencapai suatu hal, akan semakin besar antusias yang berujung kepada obsesi (Djoko Komara, 2007, 34-35).

Untuk membuat sesuatu yang besar, kita harus memiliki impian yang besar, dan untuk membuat impian yang besar kita harus berfikir secara besar (David J. Schartz, 2007, 96-131).

Sebagai fakta. Neil Amstrong adalah manusia pertama yang menjejakkan kakinya di bulan, Henry Ford menciptakan mobil pertama di dunia. Wright bersaudara adalah orang yang membuat manusia bisa terbang dengan mesin, Albert Einstein dengan teori relativitasnya dan Thomas Alfa Edison penemu listrik adalah orang-orang yang memiliki impian besar dan bekerja keras untuk mewujudkan impiannya (Md.Radzi Saleh. 2007, 66-67).

Jadi untuk menjadi sukses, impian adalah suatu modal yang harus diperbesar dan harus dipertegas agar tujuan yang ingin dicapai dapat dipertahankan dan menjadi kekuatan untuk mengalahkan keraguan dan kesulitan dalam mencapainya.

Karena bisnis MLM. cenderung memiliki resiko kecil namun dapat memberikan penghasilan yang "TIDAK TERBATAS", sering orang mudah berhenti dalam menjalankannya karena kegagalan, sehingga untuk memperkuat kekuatan dalam menjalankannya agar tidak mudah mundur diperlukan impian dan tujuan yang besar dalam menjaga komitmen terhadap bisnis ini.

Pada saat membangun jaringan yang besar, interaksi dengan berbagai karakteristik dan sifat manusia yang berbeda akan ditemui. Sehingga ada yang mendorong kepada hal-hal yang positif dan malahan ada yang mencemooh atau mencela apa yang dilakukan, hal ini akan mempengaruhi cara berfikir dan bertindak dalam mewujudkan impian.

Apabila yang sering dialami adalah dorongan, maka akan terwujud semangat yang positif dan sebaliknya jika yang ditemui sering hal-hal yang negatif akan mengakibatkan kehilangan semangat dan optimisme.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menghadapi berbagai karakteristik serta sifat manusia yang berbeda diperlukan jiwa besar dan strategi untuk memahami dan mempengaruhi manusia tersebut sehingga dapat mendorong semangat dan optimisme. untuk itu sangat dianjurkan pelaku bisnis MLM untuk membaca berbagai buku yang berkaitan dengan bagaimana berfikir dan berjiwa besar, memotivasi diri dan orang lain serta buku-buku yang mendorong kearah hal-hal yang positif.

Selain membaca buku positif, usaha yang dapat dilakukan untuk meraih kesuksesan dengan cara “ belajar ” , “ melakukan ” dan “ mengajar ”. Belajar dari apa apa yang sudah dilakukan, melakukan apa-apa yang telah dan pernah dilakukan oleh orang-orang yang telah sukses serta mengajarkan kepada orang lain hal-hal yang diperoleh yang dapat

meningkatkan semangat dan rasa optimisme. Hal ini salah satunya dapat dilakukan dengan mendengarkan berbagai kaset seperti kaset pengetahuan (*teaching cassettes*), kaset kepemimpinan (*leadership cassettes*) dan kaset motivasi (*motivational cassettes*).

Dari pertemuan diharapkan akan mendorong optimisme dan rasa percaya diri dalam menjalankan bisnis MLM ini, karena ada hal yang tidak didapatkan dari membaca buku dan mendengarkan kaset, yaitu suasana dan atmosfer, getaran semangat serta komitmen dan motivasi dari orang-orang yang ada dalam pertemuan dan seminar tersebut. Sehingga untuk sukses tidak cukup hanya dengan membaca buku dan mendengarkan kaset, tetapi diperlukan keinginan untuk menghadiri berbagai pertemuan dan seminar yang telah dirancang dan disusun oleh perusahaan yang menjalankan bisnis MLM.

Edifikasi adalah suatu sikap menghargai, menghormati dan mempromosikan. Sikap edifikasi ini tersirat melalui ucapan, tindakan dan ekspresi. Edifikasi yang dibutuhkan dalam membangun jaringan serta menuju kesuksesan adalah edifikasi yang tulus bukan edifikasi yang dimanipulasi. Untuk itu diperlukan keberanian dan ketulusan dalam memberikan edifikasi kepada siapa saja, dimana saja dan kapan saja sehingga orang akan merasa benar-benar dihargai, dihormati dan ditempatkan sesuai dengan posisinya,

Selain edifikasi. dalam membangun jaringan sangat dituntut sikap “teachable” yaitu sikap dari seseorang yang mau dan siap untuk belajar. Sikap ini akan mendorong orang untuk maju dan berkembang, karena dalam dirinya selalu merasa belum memiliki kemampuan apa-apa sehingga akan mendorongnya untuk terus belajar dan belajar.

Kiat yang perlu diperhatikan oleh orang yang menjalankan bisnis MLM adalah servis, karena cara ini akan menentukan 60 % apakah orang akan tetap berbisnis dengan kita atau tidak.

Dalam memberikan kiat ini diperlukan tahapan-tahapan seperti berikut: (1) Gunakan produk; (2) Ceritakan; (3) Pelanggan; (4) Komunikasi; (5) Mencapai standar.

Untuk memberikan "servis" yang baik dan meyakinkan kepada konsumen, seorang pelaku bisnis MLM haruslah memahami dulu produk dan menganggap produk tersebut sebagai produk perusahaan sendiri, sehingga suka atau tidak suka pelaku bisnis MLM harus menggunakan dulu produk yang akan dipasarkan agar dapat merasakan manfaat dari produk tersebut.

Dengan telah menggunakan produk secara teratur dan merasakan manfaatnya. dengan mudah distributor akan mempromosikan produknya kepada orang lain serta memotivasi orang untuk menggunakan produk tersebut.

Bisnis MLM pada dasarnya lebih menekankan kepada pengembangan jaringan untuk meningkatkan omzet penjualannya. namun disamping itu seorang distributor agar tetap dapat mempertahankan kontinuitas penjualan pribadi serta memberikan contoh kepada jaringannya sangat diperlukan pelanggan setia.

Untuk mendapatkan pelanggan setia diperlukan “servis” terhadap pembeli seperti memberikan konsultasi, perhatian serta mendengarkan dan peduli terhadap keluhannya.

Pelanggan yang setia dapat dipertahankan dengan menjalin hubungan baik serta melakukan komunikasi setelah membeli produk. Hal-hal yang dapat dilakukan seperti. menjadi konsultan terhadap pelanggan. menanyakan bagaimana manfaat dari produk yang dibeli memberikan ucapan pada hari-hari istimewa pelanggan dan lain sebagainya.

Setiap bisnis memiliki sasaran penjualan yang ingin dicapai. Semakin besar standar sasaran penjualan yang dicapai semakin besar penghasilan yang diterima.

Untuk memenuhi standar sasaran yang ingin dicapai tersebut perlu dibina hubungan serta “servis” terhadap konsumen agar menjadi pelanggan yang setia.

Bisnis MLM aktifitas utamanya adalah membangun jaringan. Untuk membangun jaringan yang besar dan kokoh yang akan memberikan distributor penghasilan besar diperlukan aktifitas sponsoring. Langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan sponsoring adalah: (1) membuat daftar nama; (2) mengundang/membuat janji; (3) presentasi; (4) follow up; (5) konsultasi.

Daftar nama sangat diperlukan dalam mengembangkan jaringan. Untuk itu setiap distributor sudah seharusnya memiliki daftar nama karena memiliki manfaat yaitu: (1) untuk menggali potensi yang ada dari distributor; (2) meningkarkan kepercayaan diri; (3) membuat strategi dalam pendekatan terhadap calon pelanggan/prospek; (4) menentukan skala prioritas dalam membuat janji/mengundang.

Langkah-langkah dalam membuat daftar nama: (1) Tulis nama-nama dari semua orang yang dikenal; (2) Cari alamat dan nomor telepon serta beri tanda F (fleksibel) untuk orang yang mudah bergaul, memiliki relasi luas dan memiliki kearnampuan untuk memotivasi orang. D (dinamis) untuk orang yang memiliki mobilitas tinggi, menguasai banyak bahasa asing, memiliki pengaruh, kedudukan dan wibawa di mata masyarakat serta A (ambisius) untuk orang yang memiliki kemauan keras untuk maju, etos kerja yang tinggi.; (3) selalu tambahkan nama-nama orang yang dikenal.

Lakukan selalu pembaharuan terhadap daftar nama yang telah dibuat dengan melakukan prospecting agar pengembangan jaringan lebih mudah dilakukan.

Dengan daftar nama yang telah ditandai dan diberi skala prioritas, langkah selanjutnya adalah mengundang dan membuat janji untuk berternu. Langkah-langkah dalam mengundang:

1. Gunakan sikap yang benar. Sikap yang benar dalam mengundang adalah tidak mengemis agar orang yang diundang datang dan tidak sombong atau memperlihatkan sikap kepada orang yang diundang bahwa kehadirannya tidak penting.
2. mengemis agar orang yang diundang datang dan tidak sombong atau memperlihatkan sikap kepada orang yang diundang bahwa kehadirannya tidak penting.
3. Cara mengundang. Dalam mengundang dapat dilakukan melalui: (a) lewat telepon; (b) tatap muka; (c) pesan seperti Voice Mail. Fax, SMS dan undangan.
4. Singkat. Cipatakan keterbatasan waktu agar tidak ada penjelasan/persentasi lewat telepon.
5. Konfirmasi. Sebelum jadwal pertemuan lakukan konfirmasi kembali untuk memastikan kedatangan orang yang diundang.

Untuk memperbesar kobaran api semangat dalam menjalankan bisnis jaringan, diperlukan salah satunya adalah melakukan presentasi. Presentasi ini dimaksudkan untuk memberikan berbagai informasi kepada orang baik yang sudah bergabung menjadi distributor maupun yang akan bergabung. Presentasi dapat dilakukan (Djoko Komara, 2007, 76): (1) *Home Meeting*, yaitu presentasi yang dilakukan di rumah yang dihadiri oleh lebih dari satu orang.; (2) *One on One Presentation*, yaitu presentasi yang diadakan oleh perorangan yang dapat dilakukan dimana saja.; (3) *Table Presentation*, yaitu presentasi yang dihadiri oleh 2 sampai 5 orang yang diadakan di satu meja.; (4) *Business Opportunity Presentation*, yaitu presentasi terbuka yang dihadiri oleh banyak orang dan diadakan di ruangan yang lebih besar.

Follow Up. Tahap ini bertujuan untuk mengajarkan kepada calon distributor

bagaimana menjalankan bisnis ini dengan benar dan mengarahkan calon distributor untuk mengambil keputusan apakah akan bergabung atau hanya sebagai konsumen.

Dalam rangka “*follow up*” ini dilakukan beberapa langkah yaitu :

1. Menjawab keberatan-keberatan. Biasanya bagi calon konsumen atau distributor yang baru pertama kali memperoleh informasi akan menyampaikan berbagai keberatan-keberatan. Untuk itu seorang distributor harus mampu untuk menjawab berbagai keberatan tersebut.
 2. Mempromosikan dan menjual *Foundation Pack / Starter Kit*. Pada saat ada calon distributor yang antusias dan aktif untuk melaksanakan bisnis ini, promosikan kepadanya “*Foundation Pack / Starter Kit*”.
 3. Membantu mengisi *Foundation Pack*. Bagi seseorang yang baru bergabung akan mengalami kesulitan dalam memulai bisnis ini, sehingga diperlukan bantuan dan bimbingan dari “*Up line*” dalam; (a) menemukan tujuan dan impiannya; (b) membuat daftar nama; (c) mengundang.
 4. Adakan “*Home Meeting*” di rumahnya. Untuk mendorong semangat dan mengajarkan bagaimana mengadakan presentasi tahap awal dari distributor baru. adakan “*Home Meeting*” di rumah distributor baru tersebut.
 5. Mempromosikan pertemuan-pertemuan yang lebih besar. Sebelumnya sudah dijelaskan bahwa, nuansa serta atmosfir dari pertemuan dan seminar sangat berbedan dengan membaca buku dan mendengarkan kaset, oleh karena itu promosikan serta ajak distributor baru tersebut untuk mengikuti berbagai pertemuan dan seminar, serta sarankan kepadanya untuk membawa orang-orang yang akan dijadikan mitra kerjanya dalam pertemuan dan seminar tersebut.
 6. Registrasi. Pada tahap ini biasanya calon distributor telah memahami berbagai informasi yang diberikan, sehingga akan mendorongnya untuk menjalankan bisnis ini.
- Dalam mengembangkan bisnis jaringan. konsultasi menjadi kebutuhan utama bagi semua distributor baik yang baru maupun yang lama. Konsultasi diperlukan untuk menjaga karir serta bagaimana menentukan strategi yang tepat, efektif dan efisien dalam mengembangkan jaringan menjadi sebuah jaringan yang kokoh dan mapan.

Untuk memiliki jaringan yang besar dan “*powerfull*” disamping sikap, servis dan sponsoring, hal yang tidak dapat dipisahkan adalah bimbingan. Melalui bimbingan ini akan terjadi duplikasi sistim serta contoh yang lebih aplikatif terhadap distributor.

Seorang distributor adalah pemimpin (*leader*) bukan sebagai “*bos*”, sehingga seorang distributor haruslah memberikan contoh bukan perintah kepada distributor lainnya.

Jika hal ini dapat dilakukan dan dijalankan oleh seorang distributor bisnis jaringan akan mewujudkan sebuah jaringan yang besar dan “*powerfull*” yang akan menghasilkan omzet besar dan pada akhirnya memberikan “*passive income*” kepada distributor tersebut.

Apabila aktifitas ini dapat diduplikasi oleh distributor-distributor lain dalam jaringan tersebut akan terjadi “*spread effect*” terhadap distributor lainnya, sehingga akan menghasilkan orang-orang yang memiliki penghasilan “*TIDAK TERBATAS*”.

Keunggulan Bisnis MLM antara lain:

1. Pendapatan yang tidak terbatas (*Kebebasan Finansial*). Dalam bisnis MLM, berapa yang diinginkan sangat ditentukan oleh usaha, semakin besar usaha yang dilakukan, semakin besar penghasilan yang dinikmati atau sebaliknya.
2. Kepuasan yang tidak terbatas. Kepuasan yang dapat diperoleh dapat dalam bentuk; (a) membantu orang untuk mewujudkan dan meningkatkan taraf hidupnya; (b) membantu banyak orang dengan produk yang dipasarkan.

3. Penghargaan. Diperoleh dari perusahaan dalam bentuk insentif perjalanan keluar negeri, ibadah serta kelompok orang memiliki penghasilan tinggi dan lain sebagainya.
4. Pengembangan kepribadian. Melalui pertemuan, seminar-seminar serta pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan melalui support system akan meningkatkan dan mengembangkan kepribadian para distributor terutama dalam hal berinteraksi dengan orang lain.
5. Kebebasan waktu. Waktu yang digunakan untuk menjalankan bisnis MLM. sangat ditentukan oleh distributor sendiri bukan ditentukan oleh perusahaan. Bahkan seorang distributor, pada saat jaringannya sudah berkembang dapat bekerja bukan lagi 24 jam sehari tetapi bisa lebih. Sebagai ilustrasi, andaikan distributor tersebut memiliki 100 orang rekan kerja yang meluangkan waktunya untuk menjalankan bisnis MLM selama 2 jam sehari, maka distributor tersebut pada dasarnya sudah menggandakan waktunya menjadi 200 jam sehari bukan lagi 24 jam (MLM Leaders, 2007, 30)
6. Kesempatan mengembangkan bisnis MLM keseluruh dunia. Kesempatan dan peluang ini sangat dimungkin dilakukan karena jaringan melalui bisnis MLM dapat dijalankan dimana saja baik dalam negeri maupun di luar negeri.
7. Pensiun dini. Disaat jaringan sudah besar dan mapan, seorang distributor dapat melakukan pensiun lebih awal, dengan penghasilan yang terus mengalir.
8. Dapat diwariskan. Keunggulan lain dari bisnis MLM, adalah dapat diwariskan kepada ahli waris pada saat seorang distributor meninggal dunia. sehingga ahli waris tidak perlu lagi membina jaringan dari awal dan tetap dapat melanjutkan jaringan yang sudah ada.

PENUTUP

Bisnis MLM adalah bisnis yang memiliki kekuatan pada jaringan dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Bisnis tersebut bersifat ideal, dapat memberikan penghasilan “**Tidak Terbatas**” dan dapat diwariskan.

Bisnis MLM memiliki berbagai keunggulan seperti. kebebasan waktu. finansial. pensiun dini dan lain sebagainya.

DAFTAR RUJUKAN

- Carnegie, Dale. (1995). *Bagaimana Mencari Kawan Dan Mempengaruhi Orang Lain (How to Win Friends and Influence People)*, Alih bahasa Nina Fauzia N.S, Binarupa Aksara.
- Djoko Komara. (2005). *Buku Kerja FOUNDATION PACK Paket Membangun Pondasi Jaringan Usaha yang Kokoh*, Cetakan Ketiga, PT. K-System Indonesia.
- Griffin, Ebert & Starke. (2005). *Business, Fifth Canadian Edition*. Pearson Education Canada Inc.
- J. Schwart, David. (2007). *Berfikir Dan Berjiwa Besar (The Magic of Thinking Big)*, Alih bahasa Drs. F.X. Budiyanto, Binarupa Aksara.
- MLM Leaders. (2007). *The Secret Book Of Mlm*, Cetakan Ketiga, MIC Publishing.
- Saleh, Md. Radzi. (2007). *Breaking Fee Harga Sebuah Kesuksesan*, Cetakan Kedua, Rosemata Publisher.