

**RASIONALITAS MEMBER DALAM BISNIS MULTI LEVEL MARKETING
(Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota Tanjungpinang)**

NASKAH PUBLIKASI



Oleh

**RANDAL LIANDRA
NIM: 110569201056**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa yang disebut dibawah ini:

Nama : RANDAL LIANDRA
NIM : 110569201056
Jurusan/Prodi : SOSIOLOGI
Alamat : JL. KARTIKA GG. MAYANG SARI VII NO. 11
KOTA TANJUNGPINANG
No Telp : 081266700788
Email : liandra_randal@yahoo.co.id
Judul Naskah : RASIONALITAS MEMBER DALAM BISNIS
MULTI LEVEL MARKETING (Studi Tentang
Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota
Tanjungpinang)

Menyatakan bahwa judul tersebut sudah sesuai dengan aturan tata tulis naskah ilmiah dan untuk dapat diterbitkan.


Tanjungpinang, 27 Juli 2015
Yang menyatakan,

Ketua Komisi Pembimbing



Pacang Rihim Siregar, M.A
NIDN.0030048702

Anggota Komisi Pembimbing



Tri Samnuzulsari, S.Sos.,M.A
NIP. 198406182014042001

**RASIONALITAS MEMBER DALAM BISNIS MULTI LEVEL
MARKETING
(Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota
Tanjungpinang)**

Randal Liandra
Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Maritim Raja Ali Haji
2015

ABSTRAK

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.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dasar rasionalitas member dan rasionalitas tindakan member dalam bisnis Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*), dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi.

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 didapatkan 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. Temuan selanjutnya adalah ternyata masyarakat yang telah menjadi member juga memiliki pengalaman yang berbeda-beda, ada yang merasakan dampak positif dan ada juga yang merasakan dampak negatifnya. Namun member-member hingga saat ini tetap menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera karena ada pertimbangan-pertimbangan tertentu yang rasional bagi para member yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Kata Kunci: Rasionalitas dan Tindakan

**RASIONALITAS MEMBER DALAM BISNIS MULTI LEVEL
MARKETING
(Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota
Tanjungpinang)**

Randal Liandra
Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Maritim Raja Ali Haji
2015

ABSTRACT

Multi Level Marketing business through the development around the society, especially for society of Tanjungpinang city on Melia Sehat Sejahtera. The focus of this research in the problem's formulation is : How the rationality of the member who decide to join and run the Melia Sehat Sejahtera Multi Level Marketing business. The society's rationality who become the member from the business can be analyzed by using The Rational Choice Theory and concepts from James Coleman about rational choice which comprise self concept, importance, value, strength and action.

The purpose from this research is knowing the base of member's rationality and the member action rationality in Melia Sehat Sejahtera Multi Level Marketing business. This research used qualitative method with descriptive type. The data collecting from this research using observation method, interview with interview guide, and documentation. The data analyse from research using Miles and Huberman model is data reduction, data presentation, conclusion and verification.

Well, the result which can we get from this research is the base of member's rationality who run this Multi Level Marketing business for the first because they tempted with the big profit that they can get through this business. There is other finding that society who become Multi Level Marketing member using the different ways when they register to be a member. The next finding are, society who has become member also has different experience, they can feel positive impact and also feel the negative impact. However, the members till now still run Multi Level Marketing business in Melia Sehat Sejahtera, because there are certain rational considers for members who run Multi Level Marketing business in Melia Sehat Sejahtera.

Keyword: Rationality and Action

Latar Belakang

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 pembelian 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. CNI (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 aparaturnegara 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 mensponsorinya (*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.

Ibarat sisi mata pisau, 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. Belum lagi perilaku member yang terkadang memaksa untuk ikut mendistribusikan produk, dengan

iming-iming keuntungan berlipat ganda.

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.

(<http://news.liputan6.com/read/378153/puluhan-orang-tertipu-mlm-q-net>)

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. (<http://www.kemendag.go.id/undang-undang-no-7-thn-2014-tntang-perdagangan>)

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.

Penipuan yang dilakukan ada yang berupa mengiming-imingi keuntungan yang besar apabila sudah bergabung menjadi member, hingga pada menipu masyarakat dengan mengadakan seminar yang sebenarnya sudah dirancang oleh perusahaan Multi Level Marketing

itu sendiri dan dari seminar tersebut, masyarakat dijanjikan akan mendapatkan uang. Sedangkan kecurangannya ada yang berupa dimana perusahaan Multi Level Marketing mengatakan menjual produk untuk dipasarkan kepada member yang ingin mendaftar, akan tetapi setelah member mendaftar dan memilih paket produknya, justru paket tidak diberikan dengan alasan tidak tersedia dan baru akan datang hingga waktu yang tidak ditentukan. Sehingga yang menjadi prioritas adalah uang pendaftaran anggota dibandingkan ketersediaan produk.

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.

Perumusan Masalah

Deskripsi dari latar belakang permasalahan di atas, menjadi sebab penulis menentukan sebuah perumusan masalah dalam penelitian yaitu: Bagaimana rasionalitas member yang memilih bergabung dan menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rasionalitas member yang bergabung dan menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang.

Penelitian ini memiliki kegunaan:

1. Secara Teoritis; hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur terutama yang berhubungan dengan pilihan rasional individu/aktor dan sebagai referensi untuk penelitian sejenis dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Secara Praktis; melalui penelitian ini, diharapkan berguna bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati lagi terhadap setiap bisnis terutama bisnis Multi Level Marketing.

Tinjauan Pustaka

Teori pilihan rasional merupakan salah satu teori sosiologi mikroskopik yang mengemuka dan mengalami perkembangan yang signifikan di masa-masa akhir dekade tahun 1960 (Sindung Hariyanto, 2012:193). Sosok yang dianggap sebagai peletak teori pilihan rasional adalah Debra Friedman dan Michael Hecter.

Sebagai upaya memperbaiki atas apa yang sudah dirintis oleh Friedman dan Hecter, James Coleman menulis sebuah tulisan untuk men jelaskan fenomena makro berdasarkan pilihan yang dibuat aktor sosial pada tingkat mikro. Coleman mendorong kemajuan teori ini melalui sebuah gerakan yang dinamakan sebagai *The Rational Reconstruction of Society* (George Ritzer, 2004:158)

Teori pilihan rasional berkembang di sosiologi diawali oleh

James S. Coleman pada tahun 1960-an. Meski dipengaruhi perkembangan teori pertukaran, teori pilihan rasional umumnya berada di pinggiran aliran utama teori sosiologi. Melalui upaya James S. Coleman, teori ini menjadi salah satu teori “hebat” dalam sosiologi masa kini. Dikatakan demikian karena tahun 1989 Coleman mendirikan jurnal *Rationality and Society* yang bertujuan menyebarkan pemikiran yang berasal dari perspektif rasional.

Selain dari itu, Coleman menerbitkan buku yang sangat berpengaruh, *Foundation of Social Theory* berdasarkan perspektif pilihan rasional itu. Terakhir, coleman menjadi *President The American Sociological Association* tahun 1992 dan memanfaatkan forum itu untuk mendorong kemajuan teori pilihan rasional dan menamainya “*The Rational Reconstruction of Society*” (George Ritzer dan Douglas J Goodman, 2008:391)

Melalui upaya-upaya yang dilakukan oleh Coleman inilah teori pilihan rasional menjelma menjadi salah satu teori sosiologi masa kini yang dianggap hebat. Coleman tidak

hanya berhasil memosisikan teori pilihan rasional sebagai teori yang diperhitungkan setelah sebelumnya berada dalam posisi terpinggirkan dari aliran utama sosiologi, tetapi juga mengetengahkan kerangka konseptual dan analisis yang komprehensif yang menjadi bangunan teori ini. Dewasa ini teori pilihan rasional tidak hanya dikenal dalam sosiologi, tetapi sudah merambah dan mendominasi hampir seluruh disiplin ilmu sosial, seperti dalam ilmu ekonomi, ilmu politik dan antropologi. (I.B Wirawan, 2013:190)

Di samping ketertarikannya dengan teori pertukaran sosial, teori pilihan rasional yang berasal dari ekonomi menyebutkan bahwa masyarakat bertindak secara rasional. Hal ini berasal dari pandangan ekonomi klasik yang mengasumsikan bahwa aktor memiliki sifat-sifat rasional yang berakar pada pengandaian Adam Smith mengenai bekerjanya sistem ekonomi dalam masyarakat melalui mekanisme *the invisible hand* yang disebutnya sebagai syarat yang mampu

menciptakan masyarakat modern. (Sindung Haryanto, 2012:197)

Menurut Coleman, sosiologi seharusnya memusatkan perhatian kepada sistem sosial. Tetapi, fenomena makro itu harus dijelaskan oleh faktor internalnya sendiri, khususnya oleh faktor individual. Ia lebih menyukai bekerja di tingkat individual ini karena berbagai alasan, termasuk kenyataan bahwa data biasanya dikumpulkan di tingkat individual dan kemudian disusun untuk menghasilkan data di tingkat sistem sosial.

Alasan lain untuk lebih menyukai pemusatan perhatian di tingkat individual biasanya karena “intervensi” dilakukan untuk menciptakan perubahan sosial. Inti perspektif Coleman adalah gagasan bahwa teori sosial tak hanya merupakan latihan akademis, tetapi harus dapat mempengaruhi kehidupan sosial melalui “intervensi” tersebut. (George Ritzer dan Douglas J Goodman, 2008:394)

Coleman mengemukakan sebuah analisa tindakan kolektif yang dengan cepat dikembangkan dalam analisa nilai sosial, sistem status,

pasar, dan hasil pendidikan. Teori pilihan rasional memiliki dua faktor penting yaitu pertama perspektif tindakan sosial dilihat dari aspek manfaat, dengan demikian tindakan diorientasikan oleh sistem nilai, dan tujuan. Kedua, sebuah komitmen kepada bentuk individualisme metodologis dimana struktur dan institusi sosial dilihat sebagai produk tindakan sosial. Pendekatan Coleman ini melihat sosiologi secara langsung berhubungan dengan teori ekonomi neo klasik. Ia melihat banyaknya fenomena dalam konteks pasar. (George Ritzer dan Douglas J Goodman, 2008:394)

Teori pilihan rasional Coleman tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan ditentukan oleh nilai atau pilihan, tetapi selain itu Coleman menyatakan bahwa untuk maksud yang sangat teoritis, ia memerlukan konsep yang lebih tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi, dimana memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan atau yang dapat memuaskan keinginan dan

kebutuhan mereka. (George Ritzer dan Douglas J Goodman, 2008:394).

Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yakni aktor dan sumber daya. Sumber daya adalah sesuatu yang menarik perhatian dan yang dapat dikontrol oleh aktor. Coleman menjelaskan interaksi antara aktor dan sumber daya secara rinci menuju ke tingkat sistem sosial. Coleman mengakui bahwa dalam kehidupan nyata orang tak selalu berperilaku rasional, para aktor akan melakukan tindakan-tindakan dalam rangka memaksimalkan manfaat, keuntungan serta pemuasan kepada kebutuhan-kebutuhan mereka.

Aktor dipandang memiliki kepentingan dalam memilih sebuah pilihan yang menurutnya rasional, dan kepentingan tersebut harus diiringi dengan tindakan-tindakan. Setiap individu mengatakan bahwa kita memahami "alasan" mengapa orang itu bertindak dengan cara tertentu, mengimplikasikan bahwa kita memahami tujuan yang dimaksudkan dan bagaimana tindakan yang telah dipilih oleh pelaku dan dipandang oleh si pelaku sebagai hal yang memberi kontribusi

terhadap suatu tujuan. (James Coleman, 2008:15).

Menurut Coleman (2008:546), pilihan mempunyai ciri khas, yaitu pada tahap pemilihan suatu aspek yang sesuai dengan bobotnya. Sehingga menyisakan aspek tertentu yang meninggalkan aspek lainnya. Aspek tersebut merupakan pilihan yang mewakili semuanya dan menyisakan pilihan-pilihan lain yang tidak merupakan pilihannya. Pilihan tersebut merupakan kriteria yang tepat sesuai dengan karakter dari individu yang memilihnya dan merealisasikannya melalui tindakannya.

Konsep Yang Memperkuat Teori Pilihan Rasional

Konsep diri: Individu (aktor) adalah diri yang menjadi makhluk hedonis yang mengalami kepuasan sampai derajat yang berbeda-beda dari hasil berbagai macam peristiwa, perolehan atau pemakaian macam-macam sarana. Pengharapan akan kepuasan diri tersebut akan mendorong pelaku individu (aktor) untuk bertindak dengan maksud meningkatkan kepuasan tersebut (James Coleman, 2008:609).

Individu akan memanfaatkan sarana-sarana yang dianggapnya akan dapat memenuhi kepuasan mereka yang berakar dari sifat hedonis tadi. Individu memiliki motivasi terhadap dirinya agar bisa mencapai tingkat kepuasan dengan menggunakan sarana-sarana yang dianggap dapat meningkatkan kepuasan mereka. (James Coleman, 2008:609)

Kepentingan: Menurut Coleman (2008:616), kepentingan yang ada pada aktor menunjukkan kepuasan yang bergantung pada hasil peristiwa tertentu atau kontrol atas sarana tertentu. Namun dilain keadaan, kontrol tersebut bisa juga digunakan kepada orang-orang lain yang memang dikuasai oleh aktor tersebut. Kepentingan tersebut muncul dikarenakan aktor memaksimalkan utilitas (kegunaan) dari apa yang telah ia kuasai (kontrol). Kepentingan yang ada mungkin sama tetapi kepentingan yang akan dilakukannya yang berbeda-beda. Hal tersebut dilakukan demi tercapainya tujuan demi kepuasannya. (James Coleman, 2008:616)

Nilai: Nilai adalah suatu sarana yang terletak pada tujuan yang memiliki pengaruh pada suatu peristiwa. Nilai berbeda dengan kepentingan dari suatu individu karena nilai merupakan suatu rangkaian dari tujuan individu. Nilai menjadi sebuah sarana yang terletak pada apa yang dapat diperoleh pelaku ketika menggunakan sarana-sarana di dalam suatu sistem kerja. Dengan banyaknya sarana, maka dapat menjadikan individu akan melakukan suatu tindakan. Dan semakin banyak sarana yang ada maka semakin memudahkan individu untuk bertindak demi mencapai tujuannya. (James Coleman, 2011:179)

Kekuatan: Coleman berpendapat bahwa kekuatan individu terletak pada sarana-sarana yang digunakannya sejak awal mula melakukan suatu tindakannya dalam melakukan tujuannya. Individu menggunakan alat atau modal dari adanya suatu peristiwa untuk kepentingannya yang akan dicapai demi suatu tujuannya tersebut. (James Coleman, 2011:180)

Tindakan: Tindakan menurut Coleman adalah tindakan mengenai konsep pilihan rasional yang berhubungan dengan ilmu ekonomi tentang konsep kegunaan tertentu terhadap pelaku atau individu. Tindakan yang akan dimanfaatkannya harus bisa memberikan suatu kontribusi yang maksimal untuk tujuan untuk motif ekonominya yaitu mendapatkan suatu keuntungan untuk pribadinya. (James Coleman, 2008:15).

Multi Level Marketing

Menurut Benny Santoso (2006:27), definisi atau pengertian Multi Level Marketing adalah sistem melalui mana sebuah induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya. Lewat suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen tidak hanya di Amerika Serikat, tetapi di seluruh dunia. Orang-orang bisnis atau para wiraswastawan ini kemudian mensponsori orang-orang lain lagi, untuk membantu mendistribusikan barang dan jasanya, proses orang membantu orang ini bisa diteruskan lagi lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan.

Dari beberapa perusahaan Multi Level Marketing, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal diperusahaan tersebut, dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar hampir 100% dalam setiap bulannya.

Ada beberapa perusahaan Multi Level Marketing lainnya yang mana seseorang bisa menjadi memberinya tidak harus dengan menjual produk perusahaan, namun cukup dengan mendaftarkan diri dengan membayar uang pendaftaran, selanjutnya dia bertugas mencari anggota lainnya dengan cara yang sama, semakin banyak anggota maka akan semakin banyak bonus yang diperoleh dari perusahaan tersebut.

Kesimpulannya, memang ada sedikit perbedaan pada sistem setiap perusahaan Multi Level Marketing, namun semuanya berinti pada mencari anggota lainnya, semakin banyak anggotanya semakin banyak bonus yang diperolehnya (Benny Santoso, 2006:30).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan peneliti adalah kualitatif

dengan tipe deskriptif. Menurut Sugiyono (2006:11), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu variabel dengan variabel lain. Selanjutnya Sugiyono (2006:14) berpendapat “Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar.”

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitiannya di Kota Tanjungpinang, tepatnya pada individu yang menjadi anggota di Melia Sehat Sejahtera yang ada di Kota Tanjungpinang. Alasan peneliti memilih Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera adalah karena individu/aktor yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera yang berada di Kota Tanjungpinang cukup banyak dan peneliti sendiri tinggal di Kota Tanjungpinang untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya.

Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi (Ulber Silalahi, 2010:289). Data primer ini didapat secara langsung melalui tanya jawab dengan informan yang sudah ditentukan dalam penelitian ini. Data primer ini meliputi data tentang rasionalitas member yang memilih bergabung dalam bisnis Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada atau data yang diambil melalui keterangan atau informasi yang diinginkan serta diperlukan untuk memperjelas data atau permasalahan yang akan diteliti (Ulber Silalahi, 2010:291).

Populasi dan Sampel

Pengambilan dan pemilihan sampel yang selanjutnya disebut sebagai informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Menurut Ulber Silalahi (2010:272), *purposive sampling* atau yang biasa disebut dengan pemilihan

sampel purposif atau bertujuan, merupakan pemilihan siapa subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan

Dalam penelitian ini ditentukan karakteristik informan yang dapat mempermudah dalam melaksanakan penggalan data, karakteristik informan dalam penelitian ini adalah member aktif yang minimal sudah 2 (dua) tahun menjalankan bisnis di Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang. Member aktif adalah sebutan untuk individu/aktor yang berperan aktif dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera dan mengikuti segala kegiatan yang diadakan oleh Melia Sehat Sejahtera.

Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah cara untuk memperoleh data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung atau melakukan pengamatan terbuka dan melihat dari dekat keadaan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi

partisipan yang artinya peneliti juga ikut terlibat dalam aktifitas member.

Pada penelitian ini pelaksanaan pengamatan dilakukan secara langsung ke lokasi dan mengamati aktifitas dari para member dari perusahaan Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera Tanjungpinang, mulai dari bagaimana para member mendengarkan penjelasan *leader*, hingga bagaimana member mengajak calon member bergabung (memprospek calon member).

2. Wawancara

Interview adalah cara memperoleh data di lapangan melalui tanya jawab secara langsung dengan responden, di mana peneliti menggunakan alat bantu berupa panduan/pedoman wawancara agar lebih terarah pada fokus penelitian.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur, wawancara tatap muka dan secara mendalam (*deep interview*). Menurut Ulber Silalahi (2010:313), disebut wawancara tak terstruktur sebab pewawancara tidak memiliki *setting* wawancara dengan sekuensi

pertanyaan yang direncanakan yang akan ditanyakan kepada responden. Dengan kata lain, pewawancara dalam wawancara tak terstruktur secara khas hanya mempunyai satu daftar tentang topik atau isu, yang sering dinamakan *interview guide*.

Selanjutnya Ulber Silalahi (2010:314) berpendapat bahwa “wawancara tatap muka dilakukan secara personal antara peneliti (pewawancara) dan responden (yang diwawancara)”.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencatat kejadian yang ada di lapangan dengan memanfaatkan data sekunder yang ada. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini untuk menunjang pemahaman dan penggalian data adalah beberapa gambar aktifitas dari para member Melia Sehat Sejahtera. Dokumentasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang penulis gunakan untuk menganalisis data-

data yang diperoleh dari penelitian ini adalah menggunakan analisis kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berupa kumpulan berwujud kata-kata, kalimat, uraian-uraian, serta dapat berupa analisis ringkas, bahkan pada beberapa data tertentu dapat menunjukkan perbedaan dalam bentuk jenjang atau tingkatan, walaupun tidak jelas batasnya dengan berdasarkan kemampuan nalar peneliti dalam menghubungkan fakta, informasi, dan data. Aktifitas dalam analisa data, yaitu:

1. Reduksi Data

Merupakan bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat membuat kesimpulan akhir.

2. Penyajian Data

Merupakan suatu rakitan informasi, deskriptif dalam bentuk narasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan sajian dan harus mengacu pada rumusan masalah sehingga dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang diteliti.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari awal pengumpulan data, penulis harus sudah memahami apa arti dari berbagai hal yang ia temui dengan melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, arahan, sebabakibat dan berbagai proporsi, kesimpulan perlu diverifikasi agar penelitian yang dilakukan benar dan bisa dipertahankan.

Pembahasan dan Temuan

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. Memanfaatkan sarana-sarana yang ada di lingkungan sekitar aktor menjadi cara yang paling sering ditawarkan oleh para oknum kepada calon membernya. Pada akhirnya, tidak sedikit calon member yang tergiur akan keuntungan yang ditawarkan dan akhirnya memilih untuk memanfaatkan sarana yang dimilikinya untuk kemudian bisa segera bergabung di bisnis Melia Sehat Sejahtera.

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. Lalu Ani yang menjadikan peristiwa keberhasilan temannya dalam memperoleh penghasilan dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera, sebagai sesuatu yang merasionalkan tindakan dan pilihannya untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing tersebut. Lain halnya Kak Efri, beliau menjadikan pengalaman dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing sebelum di Melia Sehat Sejahtera sebagai peristiwa yang amat berharga untuk dijadikan pelajaran ketika kembali memutuskan untuk menjalankan bisnis yang sama di Melia Sehat Sejahtera. Kemudian Yopi dan Mas Edi yang sama-sama menjadikan kegiatan rutin yang

diadakan Melia Sehat Sejahtera sebagai sebuah kesempatan yang amat berharga untuk memperoleh keuntungan.

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.

Tindakan yang dilakukan member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera memiliki kontribusi untuk mencapai tujuan mereka dalam memperoleh penghasilan.

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 Tanjungpinang. Hal tersebut juga didukung oleh faktor ekonomi member yang menjadikan member merasionalkan pilihannya untuk bergabung dan menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera di 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.

Konsep kepentingan juga terlihat pada pilihan rasional member yang bergabung di Melia Sehat Sejahtera diantaranya adalah bahwa member yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera membangun relasi-relasi antar sesama member dengan tujuan memperoleh penghasilan. Selain itu, terdapat kepentingan lain yang menyebabkan member hingga saat ini masih aktif menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera, kepentingan itu adalah ada beberapa member ingin modal mereka kembali dan berusaha

agar bisa mewujudkannya dengan tetap menjalankan bisnis Multi Level Marketing tersebut.

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. Para member mempunyai cara-cara tertentu guna bisa meyakinkan calon member untuk bergabung di Melia Sehat Sejahtera. Tindakan member di Melia Sehat Sejahtera sangat erat kaitannya dengan kepentingan yang mereka miliki dalam bisnis tersebut. Member merasionalkan tindakannya

berdasarkan kepentingan yang mereka miliki.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka ada beberapa saran yang bisa peneliti sampaikan. Pada penelitian mengenai rasionalitas member dalam bisnis Multi Level Marketing (studi tentang member Melia Sehat Sejahtera di Kota Tanjungpinang), terdapat berbagai macam kepentingan dan tindakan yang dilakukan oleh member yang bergabung di Melia Sehat Sejahtera. Dari sinilah ada juga permasalahan-permasalahan yang timbul ketika ada beberapa member yang tidak mendapatkan apa yang telah dijanjikan sebelumnya oleh oknum Melia Sehat Sejahtera.

Permasalahan tersebut terjadi ketika para member sudah memutuskan bergabung dan menjadi bagian di bisnis Multi Level Marketing Melia Sehat Sejahtera. Oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan lebih rinci lagi apabila ingin melakukan penelitian terhadap

member yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing lainnya.

Penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan teori-teori dari kajian sosiologis lainnya contohnya seperti teori konflik dan mungkin bisa juga menggunakan teori tindakan sosial Max Weber sebagai bahan acuan perbandingan penelitian ini.

Dalam upayanya menjalankan bisnis Multi Level Marketing dalam mencari penghasilan dan keuntungan, sebaiknya member tidak menjadikan janji-janji keuntungan yang besar sebagai acuan keberhasilan dalam menjalankan bisnis tersebut. Sebab, tidak ada kesuksesan yang didapat tanpa melalui usaha yang gigih dan doa yang sungguh-sungguh. Selain itu, peneliti menyarankan untuk member yang menjalankan bisnis tersebut, gunakanlah cara-cara yang baik dan benar ketika merekrut calon member sebab apapun bisnisnya kejujuran adalah modal yang penting dalam menjalankan suatu usaha.

Peneliti juga menghimbau kepada para kaum intelektual agar tidak mudah percaya dan tergiur terhadap bisnis yang menawarkan

keuntungan yang cepat dan tidak realistis.

Peneliti juga menghimbau kepada member untuk lebih hati-hati dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing tersebut mengingat resiko yang terbilang cukup besar ketika memutuskan bergabung menjalankan bisnis Multi Level Marketing. Peneliti menyarankan untuk member-member lebih baik memilih perusahaan Multi Level

Marketing yang berbasis syari'ah karena dengan begitu berarti perusahaan Multi Level Marketing tersebut memang sudah legal dan aman untuk dijalankan. Dari sinilah diharapkan para member dapat lebih bijak untuk menyikapi apapun yang ditawarkan dari adanya bisnis Multi Level Marketing untuk kedepannya dapat lebih baik dan maksimal dalam menjalaninya.

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 Hukum Kontrak, *Jurnal Ilmu Hukum*, Universitas Gadjah Mada
- Irawati, 2012 Multi Level Marketing Pada Perusahaan K-Link Indonesia ditinjau Dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009, *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
- Luh Putu Ratih Andhini, 2013 Pelatihan AMT (*Achievement Motivation Training*) Untuk Meningkatkan Motivasi Berprestasi Pada Member Perusahaan MLM (Multi Level Marketing), *Jurnal Psikologi*, Universitas Surabaya

INTERNET

www.liputan6.com diakses pada 24 maret 2015:

http://news.liputan6.com/read/378153/puluhan-orang-tertipu-mlm-q-net

www.liputan6.com diakses pada 24 maret 2015:

http://news.liputan6.com/bisnis/read/646064/plus-minus-ikutan-bisnis-mlm

www.kemendag.go.id diakses pada 24 maret 2015:

http://kemendag.go.id/m/id/undang-undang-no-7-tahun-2014-tentang-perdagangan

www.republika.co.id diakses pada 24 maret 2015:

http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/14/01/09/mz4g6b-ma-tolak-kasasi-penipuan-bisnis-mlm

www.apli.or.id diakses pada 25 maret 2015:

http://apli.or.id/2007/12/mengenal-apli-asosiasi-penjualan-langsung-indonesia

www.pengusaha.us diakses pada 25 maret 2015:

http://www.pengusaha.us/2014/02/5-perusahaan-mlm-yang-masih-eksis-di.html

www.meliasehatsejahtera.com diakses pada 25 April 2015:

http://www.meliasehatsejahtera.com/2010/08/4-profil-melia-sehat-sejahtera-mss