

**PEMBENTUKAN MODAL SOSIAL DALAM
PEMBINAAN JARINGAN PT. MELIA SEHAT
SEJAHTERA**



**Vonni Lidia Said
4815122456**

**Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vonni Lidia Said

NIM : 4815122456

Judul : *Pembentukan Modal Sosial Dalam Pembinaan Jaringan
PT. Melia Sehat Sejahtera*

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul di atas adalah murni hasil karya peneliti sendiri, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara kaidah penelitian yang berlaku, dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2017

Peneliti



Vonni Lidia Said

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial



No	Nama	TTD	Tanggal
1	<u>Dr. Eman Surachman, MM</u> NIP. 19521204 197404 1 001 Ketua Sidang		<u>1 Agustus 2017</u>
2	<u>Syaifudin M. Kesos</u> NIP. 19880810 201404 1 001 Sekretaris Sidang		<u>7 Agustus 2017</u>
3	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Penguji Ahli		<u>27 Juli 2017</u>
4	<u>Ubedillah Badrun, M.Si</u> NIP. 19720315 200912 1 001 Dosen Pembimbing I		<u>1 Agustus 2017</u>
5	<u>Dewi Sartika, M.Si</u> NIP. 19731212 200501 2 001 Dosen Pembimbing II		<u>1 Agustus 2017</u>

Tanggal Kelulusan: 11 Juli 2017

ABSTRACT

Vonni Lidia Said. *Establishment of Social Capital in Network Development PT. Melia Sehat Sejahtera. Script. Jakarta: Sociology Education Studies Program, Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. 2017.*

This study aims to determine the pattern of social capital formation entrepreneurship the members of PT. Melia Sehat Sejahtera. This research would like to dig deeper about the pattern of management and utilization of institutional social capital of the members of PT. Melia Sehat Sejahtera in creating entrepreneurial character. More specifically research also wants to see the practical implications of building a business network of either developing members or those who fail.

This research uses qualitative approach. The research data was obtained through observation, documentation study, and interview to two active members, as well as two non-active members, and as a facilitator, the researchers interviewed two Senior National Leaders at PT. Melia Sehat Sejahtera. In data collection, the author uses primary and secondary data. Interviews are structured and unstructured. While the secondary data obtained from the study of literature, internet, and other literature studies related to this research.

The results of this study have four points, namely; First, that a leader and member can develop the network of the closest people he knows. With the development of the network tersbeut, leaders and members have the opportunity to succeed and gain profit (profit). Second, a sense of trust can be awakened in the presence of intimate association (familiarity). First of all familiarity can be built by establishing good communication and mutual care. The amount of influence generated depends on how intensive the communication takes place. How deep can the discussion be addressed to the audience. This is the capital that must be owned partners (both leaders and members) in a career at PT. Melia Sehat Sejahtera. Third, social networks can be a channel in developing basic skills, especially skills in interacting with others, and can foster the soul of a member's business. Fourthly, indirectly, the people involved in business in PT. MSS got its own lesson on self-reliance and hard work. Values in the process are; There are members who see success in Melia Sehat Sejahtera. There are also members who make the experience a valuable value for running a Multi Level Marketing business at Melia Sehat Sejahtera.

Keywords: *Coaching, Social Capital, Sociopreneur.*

ABSTRAK

Vonni Lidia Said. Pembentukan Modal Sosial Dalam Pembinaan Jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pembentukan modal sosial kewirausahaan para member PT. Melia Sehat Sejahtera. Penelitian ini ingin menggali lebih dalam mengenai pola pengelolaan dan pemanfaatan modal sosial kelembagaan para member PT. Melia Sehat Sejahtera dalam menciptakan karakter kewirausahaan. Lebih khususnya penelitian juga ingin melihat implikasi praktis bangunan jaringan bisnis para member baik yang berkembang ataupun mereka yang gagal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui observasi, studi dokumentasi, dan wawancara kepada dua *member* aktif, serta dua member *non-aktif*, dan sebagai fasilitator, peneliti mewawancarai dua orang *Leader National Senior* di PT. Melia Sehat Sejahtera. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur, internet, dan studi pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini memiliki empat poin yaitu; *pertama*, bahwa seorang leader dan member dapat mengembangkan jaringan orang-orang terdekat yang ia kenal. Dengan pengembangan jaringan tersebut, *leader* dan *member* mempunyai peluang untuk berhasil dan mendapatkan keuntungan (*profit*). *Kedua*, rasa kepercayaan dapat terbangun dengan adanya pergaulan yang akrab (keakraban). Pertama-tama keakraban dapat dibangun dengan menjalin komunikasi yang baik dan saling menjaga. Besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan bergantung dari seberapa intensifkah komunikasi itu berlangsung. Seberapa dalam pembahasan yang dibicarakan dapat mengena kepada para pendengar. Inilah modal yang harus dimiliki mitra (baik leader dan member) dalam berkarir di PT. Melia Sehat Sejahtera. *Ketiga*, jaringan sosial dapat menjadi saluran dalam mengembangkan keterampilan dasar, terutama keterampilan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta dapat memupuk jiwa berbisnis seorang member. *Keempat*, secara tidak langsung, orang yang terlibat dalam bisnis di PT. MSS mendapat pelajaran tersendiri tentang sikap mandiri dan kerja keras. Nilai-nilai dalam prosesnya yaitu; ada member yang melihat keberhasilan di Melia Sehat Sejahtera. Ada juga member yang menjadikan pengalaman sebagai nilai yang berharga untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

Kata kunci: Pembinaan, Modal Sosial, *Sociopreneur*.

MOTTO

*“Mindset adalah Doa,
Perjuangan adalah Seni “*

*Skripsi ini kupersembahkan untuk Pencipta-ku Allah SWT,
Yang selalu menyayangi hamba-Nya yang penuh dosa ini.
Juga kupersembahkan untuk kedua orangtuaku yaitu
Sartika Tuloli dan Rachmat Alex Syah
serta kakakku Almh. Meta Wirawati Said, ingatan tentang dirimu akan selalu
menjadi kebahagiaan untukku.
Tanpa kasih sayang mereka, aku takkan mampu menjadi seperti sekarang.*

= Vonni Lidia Said -

KATA PENGANTAR

Puji Syukur pertama saya persembahkan kepada Allah SWT, berkat-Nya yang luar biasa membawa saya berada pada posisi saat ini. Kedua, kepada orang tua saya yang selalu memberi dukungan luar biasa dalam berbagai hal, mulai dari motivasi, kritik, saran, perhatian, dan sampai hal-hal terkecil yang kemudian menjadi sangat berharga bagi diri saya. Ketiga, kepada kakak saya tercinta Almh. Meta Wirawati Said yang dengan mengingat senyumnya saja sudah membuat saya sangat bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terakhir, kepada teman-teman terdekat yang turut membangun dan mempertahankan motivasi dalam diri saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada akhirnya peneliti berterima kasih pada seluruh pihak yang turut membantu dan mengapresiasi karya tulis yang berjudul “Pembentukan Modal Sosial Dalam Pembinaan Jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera”. Lebih khususnya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Abdi Rahmat, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Ubedillah Badrun, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi. Terima kasih atas bimbingan yang menjernihkan arah pemikiran peneliti.
4. Dewi Sartika, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi. Terima kasih atas bimbingan yang menjernihkan arah pemikiran peneliti.
5. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si, selaku Penguji Ahli yang sudah memberikan kritik dan saran, terutama arahan yang lebih jelas dalam ketidaksempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Eman Surachman, MM, selaku Ketua Sidang Skripsi yang sudah memberikan kritik dan saran yang membangun skripsi ini.

7. Syaifudin M. Kesos, selaku Sekretaris Sidang Skripsi yang sudah memberikan saran dan kritik yang membangun skripsi ini.
8. Yuanita Apriliandini, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang sudah membimbing peneliti semasa berkuliah di Universitas Negeri Jakarta.
9. Seluruh Dosen dan Staff Sosiologi FIS UNJ yang sudah memberikan pengalaman luar biasa semasa berkuliah dan turut juga memperlancar setiap kegiatan aktivitas peneliti.
10. Seluruh member PT. MSS yang membantu peneliti dalam mendapatkan informasi terkait dengan perusahaan.
11. Sahabat-sahabat tersayang, Gina Tahara, Wahyu Fitriyana, Anita Aditya, dan Kais Abdul Fatah yang selalu mengingatkan, memotivasi, membantu dan mendoakan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk segalanya.
12. Partner Terbaik, Achmad Fathoni terima kasih atas waktu, bantuan, semangat, motivasi, dan doa yang tiada henti, serta selalu ada menemani dalam perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat terdekat semasa perkuliahan, Nadia, Nurul, Aci, Gita, Femy, Yuli, Laura, Rahma D, dan Ibung yang telah membuat suasana perkuliahan menjadi sangat berwarna, Terima kasih atas semangat, motivasi, masukan, dan doa selama pembuatan skripsi ini. Teruntuk Nurul, turut berbahagia dengan keluarga kecilmu, jangan lupa skripsinya yaa.
14. “Filosofi Copet” Laura, Ibung, dan Nadia yang tergabung atas dasar keinginan dan tekad yang kuat untuk lulus dari UNJ. Terkhusus untuk Nadia selamat berjuang mengejar “Toga”, jangan patah arang, jangan patah semangat pasti semua bisa terkejar dan terselesaikan. Untuk Laura dan Ibung “ I’m Done Guys!, wuhuuuu “
15. “Jamiels Family” Ceu Mumun, Bang Ipen, Odi, Dede Alit, Dey, Mawan, Bomski, Ante Yuli, dan Uni Ica. Keluarga baru yang terbentuk semasa KKN karena solidaritasnya yang luar biasa. Terima kasih atas semangat dan doanya, “Emak sayang kaliaaaaaan”.

16. Teman-teman yang membantu memberi masukan, saran dan kritik, keluhan semasa pengerjaan skripsi Aflah, Barda, Afdhal, Valmai, dan Ka Rizki, terima kasih untuk segalanya.
17. Teman-Teman Pendidikan Sosiologi Reguler 2012 yang mewarnai kehidupan perkuliahan saya di UNJ. Terima kasih telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
18. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terakhir, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih mengandung banyak kekurangan. Untuk itu, peneliti berharap agar dapat diberikan opini, sumbangan argumen dan saran dalam rangka mengoreksi penelitian ini secara lanjut. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, Juli 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

	Hal
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SKEMA	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Penelitian Sejenis.....	7
F. Kerangka Konseptual.....	14
1. Modal Sosial: Membentuk Jiwa Kewirausahaan	14
2. Sociopreneur: Melihat Keberlangsungan Bisnis MLM	21
3. Hubungan Antar Konsep.....	22
G. Metodologi Penelitian.....	23
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
2. Peran Peneliti	24
3. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
4. Subyek Penelitian.....	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
6. Teknik Triangulasi Data.....	27

H. Sistematika Penelitian.....	28
BAB II GAMBARAN UMUM PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA	30
A. Pengantar	30
B. Sejarah Singkat PT. Melia Sehat Sejahtera	30
C. Visi dan Misi PT Melia Sehat Sejahtera	32
D. Lima Pilar PT. Melia Sehat Sejahtera.....	33
1. Profil perusahaan	33
2. Produk PT Melia Sehat Sejahtera	35
3. Marketing Plan.....	36
4. Transparansi.....	36
5. Group Leader dan Support Sistem.....	37
E. Kode Etik Distributor Sebagai Bagian dari Nilai dan Norma.....	38
F. Perekrutan Member Baru PT. Melia Sehat Sejahtera	40
G. Pembinaan dan Aktivitas PT. Melia Sehat Sejahtera.....	40
1. Prospek.....	41
2. <i>Homesharing</i>	42
3. <i>Homeprospek</i>	42
4. OPP (Open Plan Presentation)	43
5. <i>Workshop</i>	43
6. <i>Training</i>	43
H. Profil Informan	45
BAB III POLA PEMBENTUKAN MODAL SOSIAL	51
A. Pengantar	51
B. Proses Membangun Modal Sosial.....	51
1. Proses Penanaman Nilai dan Norma.....	51
2. Proses membangun <i>Trust</i> (kepercayaan)	56
3. Proses Memanfaatkan <i>Networking</i>	57
C. Analisis Hubungan PT. MSS Terhadap Member	59
D. Analisis Modal Sosial	62

1. <i>Excellent Strategy of Network</i> (ESN) Sebagai Modal Pembinaan	63
2. Hambatan dalam Proses Sosial	71
E. Pengalaman Informan dalam Membangun Modal Sosial	73
F. Implikasi Pembentukan Modal Sosial	74
1. Implikasi Sosial-ekonomi	75
2. Kemandirian Berwirausaha.....	75
3. Keterikatan Member Terhadap Komunitas.....	76
4. Problematika Manajemen Waktu.....	76
G. Kritik Atas PT. Melia Sehat Sejahtera (PT. MSS)	76
H. Ringkasan.....	78
BAB IV ANALISIS PROSES PEMBENTUKAN MODAL SOSIAL MEMBER DALAM KERANGKA SOSIOLOGIS.....	80
A. Pengantar	80
B. Analisis Modal Sosial pada Sistem Perekrutan dan Pembinaan.....	81
1. Pemanfaatan Jaringan: Keberhasilan dan Ketidakberhasilan	84
2. Proses Membangun Kepercayaan (<i>trust</i>) kepada Member	90
3. ESN Sebagai Norma Merekrut dan Membina	95
C. Modal Sosial: Basis Seorang Member	98
D. Nilai Edukasi yang Terkandung dalam Proses Pembinaan dan Perekrutan	101
E. Ringkasan.....	103
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Tabel Penelitian Sejenis	12
-----------	--------------------------------	----

DAFTAR SKEMA

Skema II.1	Cara Membangun Jaringan	36
Skema III. 1	Proses Penanaman Nilai dan Norma	54
Skema III.2	Proses Membangun Trust.....	57
Skema III. 3	Model Pemanfaatan Jaringan Sosial	58
Skema. III.4	Pengalaman Informan	74
Skema IV. 1	Jaringan kerja Member dalam konteks Modal Sosial	83
Skema IV.2	Stratifikasi Anggota PT. Melia Sehat Sejahtera.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Logo PT. Melia Sehat Sejahtera.....	32
Gambar II. 2	Kantor Pusat PT. Melia Sehat Sejahtera	32
Gambar II. 3	Piagam Duta Pajak dari Dirjen Pajak RI dan dari Dirjen Pajak.....	34
Gambar II. 4	Piagam Penghargaan Pembayar Pajak Terbaik di Sektor MLM.....	34
Gambar II. 5	Produk – produk PT. MSS	35
Gambar II. 6	Tampilan Website Resmi PT. MSS	37
Gambar II. 7	Kegiatan ESN Sosialisasi Bisnis PT.MSS	38
Gambar III.1	Kegiatan Homesharing di Kediaman salah satu member yang ada di Cimanggis.....	65
Gambar III.2	Kegiatan Workshop, Puncak Bogor	65
Gambar III.3	Kegiatan NMT di Aula Institut Bisnis Nusantara, Jakarta.....	66
Gambar III.4	Kegiatan NLT di Aula Hotel Yasmin, Bogor	67
Gambar III. 5	Kegiatan Konsolidasi Akbar di lapangan Tenis Indor, Senayan Jakarta.....	67
Gambar III. 6	Kegiatan prospek di salah satu restoran cepat saji	69
Gambar III. 7	Kegiatan Homeprospek di Kediaman salah satu member yang ada di Beji, Depok	70
Gambar III. 8	Kegiatan OPP di Kantor Pusat PT. MSS, Setia Budi Jakarta Selatan.....	71
Gambar: IV.1	Grup WA, salah satu grup sosial media.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangannya, *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu bentuk bisnis modern yang cukup berkembang saat ini. Misalnya dari data DSN MUI, di Indonesia telah terdapat sekitar 600 perusahaan yang bergerak dalam industri MLM, baik yang sudah terdaftar maupun belum terdaftar dalam (asosiasi penjualan langsung Indonesia) sebagai wadah resmi asosiasi perusahaan penjualan langsung berjenjang atau MLM di Indonesia.¹ Selain itu buku-buku ataupun tulisan tentang MLM masih sangat minim, bahkan kurang memadai kajian MLM dalam bidang akademik/ilmiah, kecuali buku-buku praktis pengetahuan tentang berbisnis MLM semacam tips agar sukses.² Oleh karena itu menarik untuk disimak kajian tentang perilaku MLM terhadap pembentukan modal sosial dalam pembinaan pada jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera.

MLM merupakan singkatan dari *Multi Level Marketing* yang juga disebut dengan istilah *Network Marketing*. Dalam bahasa Indonesia MLM dikenal dengan istilah pemasaran berjenjang atau penjualan langsung berjenjang. Dalam praktik bisnisnya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, MLM hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar (member). Disaat

¹ Sofwan Jauhari. MLM Dalam Tinjauan Syariat Islam. Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta. Kordinat. Volume: XI, No:1. April 2011. ISSN:1411-6154. Hlm: 129.

² *Ibid.* hlm: 129.

bersamaan perusahaan MLM juga mewadahi atau menyalurkan dan memberi kesempatan kepada setiap konsumen yang sudah terdaftar atau menjadi member untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur.³ Bisnis pemasaran jaringan *Multi Level Marketing* atau yang lebih sering dikenal MLM merupakan salah satu bisnis yang sudah ada sejak lama yakni di tahun 1940. Di Indonesia sendiri, bisnis pemasaran jaringan mulai ada sejak tahun 1986. Bisnis pemasaran jaringan adalah sebuah metode menjual barang secara langsung kepada konsumen melalui jaringan yang dikembangkan oleh para *member* atau distributor.⁴

Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan memanfaatkan tenaga konsumen sebagai pemasar atau penyalur produk dari sebuah perusahaan, maka perusahaan secara tidak langsung dapat memangkas biaya kerja dengan adanya pihak ketiga sebagai pekerja untuk memasarkan produk suatu perusahaan atau dianggap pihak ketiga yang ditunjuk sebagai sole agen, agen mau pun pengecer, hingga kemudian para member atau konsumen yang terdaftar ini kerap disebut dengan member/mitra/distributor.

Meski terdapat peran ganda dari seorang konsumen menjadi distributor suatu produk, member diberikan kewenangan. Seorang member dapat memilih hanya menjadi konsumen saja, sehingga dapat dikatakan bahwa member tersebut tidak mengharapkan bonus/komisi dari perusahaan akan tetapi hanya mengharapkan agar

³ *Ibid.* hlm: 130.

⁴ Radinton Malau, "Bisnis Pemasaran Jaringan (Studi Tentang Pemanfaatan Relasi Dan Strategi Member Dalam Mengembangkan Bisnis Pemasaran Jaringan PT. Melia Nature Indonesia Di Stokist Medan Setia Budi)". FISIP Universitas Sumatera Utara.2011 .Diakses pada April, 2016.

dapat menjadi konsumen perusahaan untuk dapat membeli produk secara langsung dengan harga yang lebih murah dari harga biasanya. Oleh karenanya model bisnis demikian cukup menjadi viral dikalangan perusahaan dalam memanfaatkan konsumen sebagai tenaga kerja dalam melakukan penjualan produk.

Selain itu dalam melihat model perkembangan bisnis MLM dapat kita lihat melalui beberapa tipe atau model pengembangan sumber daya manusia sebagai orientasi bisnis baik dalam penjualan produk atau sebagai tenaga kerja. Misalnya pertama, kita dapat melihat model binary: dalam sistem binary ini setiap member hanya berhak merekrut dua orang saja (untuk level kedalaman pertama), apabila member tersebut merekrut lebih dari dua orang maka sudah secara otomatis sistem binary akan meletakkan orang ke tiga dan keempat berada dibawah dengan *downline*-nya yang pertama (hingga menjadi *downline* kedalaman kedua) dan seterusnya, tingkat kedalaman jaringan dalam sistem binary tidak terbatas. Kedua, model breakaway yakni seorang member berhak merekrut dengan kelebaran yang tak terbatas namun untuk tingkat kedalamannya sampai sepuluh level kedalaman. Ketiga, matrix yakni seorang member biasanya berhak merekrut kelebaran *downline* dengan kelebaran dua sampai tujuh orang *frontline* adapun kedalaman bisa mencapai lima sampai lima puluh.⁵

Pada konteks ini PT. Melia Sehat Sejahtera dapat dikategorikan sebagai kategori pertama yaitu sistem binary. Dengan demikian dengan sistem binary tersebut *downline* pertama atau sebagai member, para peserta MLM PT. Melia Sehat Sejahtera

⁵ *Ibid.* hlm: 132.

dapat melakukan konsolidasi atau *training* kepada partner baru yang menjadi downline dibawahnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa reorientasi bisnis tersebut memang mengandalkan konsumen atau member sebagai partner penjualan dari produk perusahaan. Selain dapat memangkas anggaran perusahaan dalam bidang kerja melalui tenaga kerja, sistem kerja MLM tersebut memberi sebuah peluang tersendiri bagi konsumen atau member yang ingin belajar berbisnis atau sebagai wirausaha dengan memanfaatkan *training* melalui sistem binary.⁶

Oleh karenanya *training* disini dapat dikatakan sebagai modal pemberdayaan untuk mencapai modal sosial melalui pembinaan dan pelatihan bagi para pemula yang akan mencoba bergerak dibidang usaha. Pada konteks ini PT. Melia Sehat Sejahtera memandang bahwa konsumen sebagai aktor aktif dalam keseluruhan proses produksi dan pemasaran, sehingga keberadaannya pun turut sebisa mungkin untuk diberdayakan dalam bidang pemasaran produk. Maka disini para aktor aktif tersebut mendapatkan pembinaan untuk menumbuhkan modal sosial mereka dalam menjalankan bisnis atau usaha dari MLM itu sendiri. Maka dengan menggunakan konsep modal sosial kita dapat melihat bagaimana para aktor aktif tersebut dapat memanfaatkan, memobilisasi, dan mengembangkan kekuatan modal sosial mereka dalam bidang MLM. Dengan mendasarkan pada kebutuhan melihat analisis aktor aktif dalam mengembangkan bisnis tersebut kita dapat melihat seberapa jauh peran

⁶ <http://www.networking-zone.com/2014/12/cara-gampang-sistem-binary-plan.html> (Artikel online: Sistem Binary, diunduh: 26 Juli 2017).

MLM dalam melakukan pembinaan dalam membentuk mental usaha bagi para konsumen (*member*).

Oleh karena itu dalam fokus studi ini peneliti ingin melakukan pengamatan dan analisa data berdasarkan data primer melalui para member bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera untuk melihat seberapa jauh keterlibatan mereka menjalankan bisnis tersebut serta pemanfaatan modal sosial, baik dari kelembagaan yakni perusahaan itu sendiri, atau pun modal sosial dari para member dalam keikutsertaannya menggeluti bisnis MLM tersebut. Sehingga pada pembahasan ini peneliti dapat mendeskripsikan bagaimana para member memanfaatkan dan mengelola modal sosial mereka ketika bergabung dengan bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera, dan dapat ditarik kesimpulan utama yang meliputi pemanfaat modal sosial sebagai pengembangan diri dalam berwirausaha oleh para member untuk tetap bertahan dan berkembang, sementara mereka yang gagal memanfaatkan modal sosial juga turut dalam analisis penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif para member dalam mengelola modal sosial mereka dalam bertahan walau sampai akhirnya gagal.

Dengan analisis ini semoga kita dapat menarik sebuah pemahaman bagaimana pemanfaatan modal sosial menjadi penting dalam strategi bertahan para member pelaku bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera dalam mengelola segmen pasar dan memanfaatkan modal sosial sebagai dasar pengembangan berbisnis.

B. Permasalahan Penelitian

Pada penelitian empiris di lapangan, peneliti akan memusatkan perhatian pada peran pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas dan mengacu pada judul penelitian yang ada, maka peneliti membatasi permasalahan untuk memfokuskan penelitian. Dengan demikian ada pula beberapa masalah penting yang akan menjadi pertanyaan peneliti yaitu:

1. Bagaimana pembentukan modal sosial kewirausahaan para member dari upaya pembinaan yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera?
2. Apa implikasi modal sosial bagi keberlangsungan bisnis member MLM PT. Melia Sehat Sejahtera?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang mengusung tema pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera ini memiliki tujuan diantaranya:

1. Untuk mengetahui pola pembentukan modal sosial kewirausahaan para member PT. Melia Sehat Sejahtera.
2. Untuk mengetahui implikasi modal sosial bagi keberlangsungan bisnis member MLM PT. Melia Sehat Sejahtera

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat yang bersifat akademis dan manfaat bersifat praktis.

1. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi member yang tergabung dalam bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera untuk pembentukan modal sosial dalam proses pembinaan yang ada. Selain itu juga bermanfaat bagi masyarakat dalam wadah menyalurkan kemampuan berwirausaha untuk bergabung dalam komunitas bisnis ini. Komunitas pada kenyataannya dapat menghasilkan relasi yang begitu luas yang didalamnya terdapat banyak manfaat diperoleh baik itu dalam hal ekonomi maupun sosial.
2. Secara akademis, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu pijakan informasi, referensi dan kajian bagi para akademisi dan pihak-pihak lain yang berkepentingan untuk mengetahui pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera dari berbagai segi maupun itu dilihat dari sisi kepercayaan, norma, atau jaringan dan untuk memperkaya kajian pendidikan kewirausahaan. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bentuk kritik positif dalam meningkatkan kinerja serta mengoptimalkan keefektifan peran dari masyarakat dalam memacu pembaca.

E. Tinjauan Penelitian Sejenis

Berdasarkan tema penelitian yang diambil oleh peneliti untuk skripsi ini yaitu Pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan di PT. Melia Sehat Sejahtera, peneliti menemukan beberapa tinjauan penelitian sejenis untuk penelitian ini. Peneliti mengambil tinjauan penelitian sejenis ini berdasarkan kemiripan objek penelitian dan

fokus penelitian yang dilakukan dan kesesuaian kajian sosiologis yang digunakan dalam penelitian tersebut. Beberapa tinjauan penelitian sejenis ini digunakan peneliti untuk memberikan identifikasi perbedaan atau persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya.

Tinjauan pustaka bertujuan menghubungkan penelitian dengan literatur yang ada dan mengisi celah-celah dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan begitu, pembaca bisa melihat fokus dan penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti menjadikan beberapa studi sejenis lain yang pernah dilakukan sebagai tinjauan studi sejenis. Pemilihan penelitian berdasarkan beberapa aspek yang berkaitan dengan penelitian peneliti saat ini.

Salah satu penelitian yang menjadi tinjauan studi sejenis peneliti yaitu Penelitian sejenis lainnya yaitu penelitian jurnal internasional yang dilakukan oleh William Franco & Maria Alejandra Gonzalez-Perez dengan judul *International Expansion Opportunities For Multi-Level Marketing Via Personal Networks: An Ethnographic Study From Colombia*. Dalam jurnalnya menjelaskan bahwa Beberapa perusahaan MLM memberikan kesempatan kerja internasional dengan memungkinkan untuk menjadi konsultan mereka untuk bekerja di negara tempat tinggalnya. Tanpa kehilangan pendapatan dari persaudaraan mereka dan mampu mendapatkan afiliasi baru di negara asing.

Namun, perusahaan MLM tidak memberikan kesempatan kerja formal, seperti MLM tidak memberikan manfaat jaminan sosial dan meskipun mereka memotong pajak dari independen konsultan. Jika penghasilan lebih jumlah yang diperlukan

untuk mengajukan pajak, maka total pendapatan mereka tidak dapat dilaporkan ke lembaga perpajakan. Selain itu, banyak dari anggota berkontribusi pada perluasan ekonomi informal dengan mempekerjakan orang lain (Tidak berafiliasi dengan perusahaan) untuk melakukan penjualan langsung dan mereka fokus pada kedua ekspansi domestik dan internasional dari jaringan mereka.

Hal yang menarik adalah penjualan ditargetkan untuk orang-orang yang berada disekitar lingkungan hidup keluarga, seperti saudara, kakak, paman, teman, dan semua orang-orang terdekat. Ini tugas dari mitra/anggota MLM dan perlunya meningkatkan jaringan bisnis mereka untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan. Menurut teori jaringan bisnis seperti itu menunjukkan bahwa hubungan pekerjaan ini dibangun secara sosial. Dengan terekrutnya orang-orang terdekat maka dapat dikatakan bahwa hubungan bisnis yang seperti dapat kita katakan sebagai program MLM yang sukses.

Penelitian selanjutnya adalah jurnal Irna Christina menjelaskan tentang Rumah Singgah *Sociopreneur*. Rumah Singgah *Sociopreneur* merupakan suatu wadah untuk membekali kemampuan (semangat wirausaha, motivasi diri dan kreatifitas) pada pencari kerja. Di Rumah ini diberikan pelatihan singkat untuk menjadi wirausahawan dan pelatihan yang menunjang untuk meningkatkan kompetensi mereka.

Pegertian rumah singgah dalam hal ini yaitu membangun sebuah rumah sebagai wadah untuk membekali kemampuan (semangat wirausaha, motivasi diri dan kreatifitas) pada pengangguran. Kegiatan yang dilakukan berupa pelatihan singkat

untuk menjadi wirausahawan serta pelatihan keterampilan seperti menjahit, membatik, memahat, dan menganyam. Peserta juga dibekali dengan pelatihan tentang berbicara di depan umum dan motivasi diri. Kegiatan ini dibimbing oleh mereka yang kompeten di bidangnya masing-masing, seperti para pemilik usaha yang sukses. Pelatihannya berlangsung selama satu sampai dua bulan. Tujuan utamanya ialah pembinaan mental, kemampuan, keberanian, dan kreatifitas untuk mewujudkan jenis-jenis usaha yang memiliki *profit oriented*.

Realisasi dari program ini lebih kepada sistem koperasi dimana pembagian sistem pengelolaan usahanya merekrut anggota baru. Mereka (anggota baru) yang bergabung harus mengikuti pelatihan terlebih dahulu di rumah singgah. Kemudian setiap kelompok menyisihkan 5-10 persen dari laba yang mereka peroleh untuk panti asuhan, panti jompo, lembaga sosial masyarakat serta program-program sosial lain yang ada dilingkungannya. Sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara pemilik usaha dan masyarakat. Hal ini secara tidak langsung turut membantu pemerintah dalam upaya mengentaskan kemiskinan dan menciptakan kehidupan yang rukun dan sejahtera.

Penelitian sejenis lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Retno Andriati, *Model Sekolah Bisnis Multi Level Marketing di Kota Surabaya*. Penelitian menunjukkan bahwa alasan distributor MLM tetap menjalankan bisnis MLM karena pengetahuan tentang bisnis MLM dan produk makanan kesehatan yang dipasarkan telah dipahami mereka. Mereka juga berkomitmen, mempunyai impian dan konsisten dalam berbisnis MLM. Konstruksi sosial budaya bisnis MLM yang dilakukan *support*

system penting karena budaya bisnis MLM berbeda dengan konvensional. Untuk itu proses pendidikan berbisnis MLM dilakukan dan dipraktikkan secara bertahap agar profit/ nilai lebih didapatkan distributor MLM dengan kerja bersama grup-grup jaringannya.

Dalam kesimpulannya, Retno Andriyati menjelaskan bahwa model sekolah bisnis MLM adalah model pembelajaran habitus baru dalam bisnis MLM secara rinci, bertahap dan hasil belajar harus langsung dipraktikkan dengan presentasi terus menerus untuk rekrut distributor baru agar pembelanjaan produk meningkat. Budaya perusahaan dari komunitas pebisnis MLM berbeda dengan budaya perusahaan konvensional. Demikian juga dengan budaya perusahaan MLM dan perusahaan *support system*. Hal ini nampak dari bisnis MLM tetap dijalankan distributornya meskipun pendapat masyarakat negatif tentang bisnis MLM. Mereka mempunyai komitmen kuat, impian yang jelas dan konsisten untuk mengubah kehidupan sosial ekonomi mencapai puncak sukses melalui proses belajar.

Penelitian sejenis lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dahlia Sari yang berjudul “*Modal Sosial dalam Mempertahankan Bisnis Perdagangan*”. Tertarik dengan penelitian ini karena didasari oleh nilai materi yang ingin dicapai oleh pelaku ekonomi yang ada di toko ESD (bukan nama toko yang sebenarnya). Ia tertarik memilih toko ESD karena merupakan salah satu toko yang realtif baik dalam mempertahankan bisnisnya. Hal ini terlihat dari usia bisnisnya yang sudah 11 tahun dengan kepemilikan lokasi sebanyak 15 cabang, dan jumlah pegawai sebanyak 90 orang.

Pada pembahasan penelitian ini, Dahlia Sari mengkatagorikan pembinaan kepercayaan sebagai modal sosial yang harus dimiliki oleh pelaku usaha bisnis. Selain itu, modal sosial yang dimaksud berupa adanya norma yang sama, jaringan kerja sama yang melibatkan banyak aktor, dan kepercayaan yang muncul dari hubungan kerja sama dengan orang-orang yang berkompeten di bidangnya masing-masing, seperti di bidang produksi dan distribusi. Tumbuhnya kepercayaan tentu akan sangat berdampak bagi kelangsungan kerja sama antara aktor-aktor yang terlibat. Kepercayaan akan menghasilkan hubungan yang baik dan juga menghasilkan rasa aman di saat melakukan aktivitas bisnisnya.

Untuk lebih memahamai tinjauan penelitian sejenis dan memudahkan dalam membandingkan antara isi penelitian dengan penelitian lainnya, berikut adalah tabel perbandingan dari tinjauan penelitian sejenis.

Tabel 1.1
Pemetaan Penelitian Sejenis

No	Peneliti dan Judul	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	William Franco, dkk, <i>International Expansion Opportunities For Multi-Level Marketing Via Personal Networks: An Ethnographic Study From</i>	Jurnal Internasional <i>International Journal of Business and Society</i> , Vol. 17 No. 1,	Membahas mengenai pembinaan ketenagakerjaan non formal dan juga mengulas tentang sistem kerja alternative	Penelitian yang dilakukan William dkk, membahas mengenai pembinaan ketenagakerjaan MLM dalam cakupan internasional.. Sementara dalam penelitian ini membahas mengenai pembinaan ketenagakerjaan atau member yang hanya

No	Peneliti dan Judul	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Colombia.</i>	2016, 28 – 46		dalam cakupan nasional.
2.	Irna Christina, dkk. <i>Rumah Singgah Sociopreneur Sebagai Upaya Untuk Mengurangi Jumlah Pengangguran Terdidik Di Provinsi Jambi</i>	Jurnal	Membahas wadah untuk membekali kemampuan (semangat wirausaha, motivasi diri dan kreatifitas) pada pencari kerja	Kegiatan yang diteliti oleh Irna Christina, dkk berupa pelatihan singkat untuk menjadi wirausahawan serta pelatihan keterampilan. Sedangkan dalam penelitian ini PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan pembinaan yang bersifat berjenjang, terjadwal, dan jangka panjang
3.	Retno Andriati, <i>Model Sekolah Bisnis Multi Level Marketing di Kota Surabaya</i>	Jurnal Vol. 25 - No. 4 / 2012-10 TOC : 3, and page : 253 – 262	Proses pendidikan berbisnis MLM dilakukan dan dipraktikkan secara bertahap agar profit/ nilai lebih didapatkan distributor MLM dengan kerja bersama grup-grup jaringannya.	Dalam penelitian Retno, mengangkat pembahasan bahwa <i>support system</i> dalam MLM merupakan sebuah konstruksi sosial budaya, namun dalam penelitian ini <i>support system</i> dalam MLM merupakan sebuah proses pembentukan modal sosial <i>member</i> .
4.	Dahlia Sari. <i>Modal Sosial dalam Mempertahankan Bisnis Perdagangan</i>	Skripsi	Membahas bagaimana sebuah perusahaan yang sudah lama mampu bertahan	Dalam penelitian Dahlia Sari, latar belakang dari para relasi bisnis tersebut sangat mengedepankan orang-orang yang dikenal sehingga bisa dipercaya

No	Peneliti dan Judul	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dalam industri bisnis	dan akan berpengaruh besar terhadap perkembangan bisnis. Sedangkan dalam penelitian ini PT. Melia Sehat Sejahtera membangun rasa percaya dari komitmen dan integritas para leader yang membina walaupun latar belakang leader tersebut bukan dari orang yang dikenal.

Sumber : Hasil Olahan peneliti, Tahun 2016

F. Kerangka Konseptual

Untuk membedah lebih dalam studi ini, dalam penelitian ini digunakan beberapa konsep yang relevan dengan tema penelitian. Hal ini dilakukan untuk mempertajam analisis peneliti terhadap fenomena di lapangan serta membantu peneliti memahami fenomena tersebut. konsep-konsep yang digunakan antara lain:

1. Modal Sosial: Membentuk Jiwa Kewirausahaan

Modal sosial menyoroti tentang hubungan individu dengan sesama. Sebuah hubungan yang dibangun oleh seseorang dengan sesamanya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Menurut Field, orang membangun hubungan melalui serangkaian jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lain dalam jaringan tersebut; sejauh jaringan tersebut menjadi sumber daya, dia dapat dipandang

sebagai modal.⁷ Pernyataan tersebut menunjukkan jaringan cukup berpengaruh dalam sebuah kerjasama dan dalam sebuah hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Definisi modal sosial menurut Bourdieu dalam Rusydi Syahra mendefinisikan bahwa:⁸

“Modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui. Dengan kata lain, dengan menjadi anggota dari suatu kelompok orang akan memperoleh dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Selanjutnya ia mengatakan bahwa besarnya modal sosial yang dimiliki seorang anggota dari suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kuantitas maupun kualitas jaringan hubungan yang dapat diciptakannya, serta seberapa besar volume modal ekonomi, budaya dan sosial yang dimiliki oleh setiap orang yang ada dalam jaringan hubungannya.”

Definisi lain dari modal sosial dikemukakan oleh Coleman, modal sosial adalah seperangkat sumber daya yang melekat pada hubungan keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas dan yang berguna bagi perkembangan kognitif atau sosial anak atau orang yang masih muda. Sumber-sumber daya tersebut berbeda bagi orang-orang yang berlainan dan dapat memberikan manfaat penting bagi anak-anak dan remaja dalam perkembangan modal manusia mereka.⁹ Dua definisi di atas mungkin masih sulit dicerna bagi masyarakat. Definisi lain dalam bahasa yang lebih mudah diberikan oleh Putnam, Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai *'features of social organisation, such as networks, norms, and trust, that facilitate coordination and co-operation for mutual benefit,'* ciri-ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma-norma, dan kepercayaan yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk

⁷ John Field. *Modal Sosial* (Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2011).

⁸ Rusydi Syahra. *Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi*. Jurnal Masyarakat dan Budaya, Volume 5 No. 1 Tahun 2003. h. 3.

⁹ James S Coleman. *Dasar-dasar Teori Sosial* (Bandung: Nusa Media. 2008).

mendapatkan manfaat bersama. Definisi ini paling mudah dipahami oleh kalangan masyarakat luas dibandingkan dengan definisi Bourdieu maupun Coleman yang lebih berbobot akademis.¹⁰

Dari definisi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh di atas, dapat ditarik garis besar dari definisi modal sosial, modal sosial adalah sumber daya yang tertanam pada diri aktor yang didalamnya terdapat suatu jaringan hubungan antar sesama, dilandasi oleh norma dan kepercayaan guna mencapai suatu tujuan bersama. Definisi di atas menunjukkan adanya tiga unsur dalam modal sosial yaitu jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan. Selanjutnya dijelaskan secara lebih terperinci mengenai unsur-unsur modal sosial. Modal sosial mempertahankan jaringan agar tetap berguna untuk seseorang dalam waktu yang panjang sangatlah penting, karena dengan jaringan tersebut seseorang akan merasa diterima oleh kelompok sosial melalui persamaan-persamaan yang dimiliki.

Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan sebuah organisasi sosial, hal ini dikarenakan dalam bisnis tersebut terdiri lebih dari satu individu yang saling bekerja sama dalam membangun jaringan kewirausahaan mereka. Ketika seseorang telah bergabung kedalam suatu komunitas, lalu dia akan menjalin kontak dan membangun jaringan, mematuhi nilai-nilai yang ada, hingga kepercayaan antar *member* terjalin guna mencapai suatu tujuan yang telah disepakati bersama. Penelitian

¹⁰ *Op. Cit.*, Rusydi Syahra. h. 5-6.

ini merujuk pada konsep modal sosial yang dikemukakan oleh Putnam,¹¹ bahwa modal sosial terdiri dari tiga unsur pokok yaitu sebagai berikut :

a. Norma (*Norms*)

Pengertian norma yaitu memberikan pedoman bagi seseorang untuk bertingkah laku dalam masyarakat atau seperangkat pedoman yang mengatur perilaku dari para anggota dan ada sanksi nyata dari pelanggaran yang terjadi. Kekuatan mengikat norma-norma tersebut berbeda-beda. Dikenal dengan empat pengertian yang disusun berdasarkan kekuatannya dari paling lemah hingga yang paling mengikat antara lain: cara (*Usage*), kebiasaan (*Folkways*), tata kelakuan (*Mores*), dan adat istiadat (*Custom*). Artinya norma sosial adalah suatu aturan yang menjadi acuan dalam masyarakat bertingkah laku. Jika norma dalam masyarakat dilanggar oleh seseorang, maka si pelaku akan mendapatkan sanksi atas pelanggaran yang dilakukannya.

Selain itu, norma sosial ini tidak ada dalam suatu komunitas, maka akan timbul dua masalah. Masalah yang akan timbul dari tidak adanya norma, masalah pertama berkaitan dengan kenyataan bahwa bilai-nilai moral dan aturan sosial bukanlah semata-mata kekangan sewenang-wenang atas pilihan individu; sebaliknya, itulah prasyarat dari berbagai kerja sama. Masalah yang kedua adalah akan berakhirnya komunitas jika atauran atau norma sosial itu tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa norma sosial tidak hanya sebagai wujud kesewenang-wenangan

¹¹ *Op. Cit.*, h.33.

dari penguasa namun, norma ini juga merupakan suatu yang disepakati bersama dalam suatu komunitas.

b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*trust*) muncul jika di suatu kelompok terdapat nilai (*shared value*) sebagai dasar dari kehidupan untuk menciptakan pengharapan umum dan kejujuran. Masih menurut Fukuyama, kepercayaan adalah hasil sampingan yang penting dari norma-norma kerja sama sosial yang membentuk modal sosial. Kepercayaan dibagi menjadi dua yaitu kepercayaan moralistik dan kepercayaan strategis. Kepercayaan moralistik adalah tentang bagaimana seharusnya orang lakukan. Sementara kepercayaan strategis adalah harapan kita tentang apa yang akan dilakukan oleh seseorang. Kepercayaan moralistik merupakan keyakinan bahwa orang lain memiliki nilai-nilai dasar moral dan karena itu harus diperlakukan seperti kita ingin diperlakukan oleh mereka. Nilai-nilai kita sendiri yang kepentingannya harus ditanggapi dengan serius. Bukan berarti kepercayaan strategis bersifat negatif akan tetapi didasarkan pada ketidakpastian.

c. Jaringan (*Networks*)

Robert Lawang mengkonsepkan jaringan yang diartikan sebagai ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial terbentuk merupakan sarana yang menjembatani hubungan-hubungan diantara anggota jaringan. Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan ini dipertahankan dengan norma-yang mengikat kedua belah pihak. Dengan adanya jaringan orang bisa saling tahu dan menginformasikan sesuatu, saling

mengingatkan dan membantu dan selanjutnya akan bekerja sama untuk menyelesaikan masalah jika hak tersebut jadi.¹²

Oleh karena itu jaringan adalah suatu ikatan sosial yang menghubungkan antar individu yang dilakukan lewat interaksi. Dalam sebuah jaringan interaksi yang dilakukan lebih intensif pada tiap aktor yang terlibat. Menurut Powell dan Smith-Doer yang dikutip oleh Damsar bahwa, jaringan sosial biasanya dikaitkan dengan bagaimana pribadi-pribadi berhubungan antara satu sama lain dan bagaimana ikatan afiliasi melayani baik sebagai pelicin dalam memperoleh sesuatu yang dikerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan hubungan antara satu pihak dengan pihak yang lainnya, maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial.¹³

Jaringan sosial merupakan hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan dilihat dari hubungan antar para aktor tersebut. Keterlekatan perilaku ekonomi dalam hubungan sosial dapat dijelaskan melalui jaringan sosial yang terjadi dalam kehidupan ekonomi, yang dapat dilihat bagaimana individu terkait antara satu dengan lainnya dan bagaimana ikatan tersebut berfungsi baik sebagai pelicin untuk memperoleh sesuatu yang dikerjakan maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial.

¹² Robert Lawang. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi* (Depok: FISIP UI Pres. 2010), h 50.

¹³ Damsar dan Indrayani. *Pengantar sosiologi ekonomi*. (Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group. 2009), h. 159.

Menurut Hendry dalam buku John Field bahwa, jaringan telah lama dipandang penting bagi keberhasilan bisnis. Khususnya pada tahap awal banyak diyakini bahwa jaringan berfungsi sebagai sumber informasi penting yang bisa menggali bisnis.¹⁴ Hal ini PT. Melia Sehat Sejahtera terdapat sumber informasi yang diberikan kepada *member* sehingga peserta dapat berkontribusi mengikuti kegiatan yang positif.

Menurut Lawang yang dikutip oleh John Field bahwa, "jaringan sosial didefinisikan sebuah analogi yang dipakai sebuah analogi yang dipakai untuk menjelaskan hubungan-hubungan sosial yang terjalin diantara individu maupun kelompok yang diikat dengan kepercayaan serta dipertahankan oleh norma yang mengikat yang terlibat didalamnya."¹⁵ Ikatan kepercayaan ini akan terjalin diantar individu-individu untuk saling bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Jaringan juga dimaknai sebagai sumber informasi yang lebih kompleks dalam mencapai tujuan bersama dalam suatu hubungan kerjasama. Hal ini menjelaskan bahwa setiap individu ataupun kelompok memerlukan jaringan sosial. Jaringan berfungsi sebagai proses saling tukar menukar informasi terhadap sesuatu sama lain. Jaringan adalah sumber pengetahuan yang menjadi dasar utama dalam pembentukan kepercayaan.

Jaringan adalah suatu ikatan sosial yang menghubungkan antar individu yang dilakukan lewat interaksi. Dalam sebuah jaringan, interaksi yang dilakukan lebih intensif pada tiap aktor yang terlibat. Dalam kegiatan ekonomi, jaringan menjadi

¹⁴ John Field. *Modal Sosial*. Penerjemah: Nurhadi. (Bantul: Kreasi Wacana. 2003), h 86.

¹⁵ John Scort. *Sosiologi They Key Concept* (Jakarta :Rajawali Pers. 2011), h 234-244.

salah satu yang sangat penting. Aguliera dalam Jhon Field mengemukakan bahwa, modal sosial yang diukur menurut jaringan persahabatan secara positif bersosiasi dengan partisipasi kerja, yang berarti bahwa mereka yang memiliki hubungan baik tidak hanya cenderung memperoleh pekerjaan yang mereka cari, namun cenderung lebih aktif dalam pasar tenaga kerja.¹⁶ Partisipasi yang tinggi disinilah yang akan menghasilkan suatu kerjasama untuk menyelesaikan masalah dengan tepat dan cepat untuk diselesaikan.

Ketiga unsur pokok modal sosial harus dimiliki oleh para anggota yang tergabung (member dan leader) di PT. MSS maka harus menjadi tanggung jawab yang harus dipegang dan dijalankan dengan baik. Tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.¹⁷

2. Sociopreneur: Melihat Keberlangsungan Bisnis MLM

Sociopreneur berasal dari *Social Entrepreneurship* merupakan sebuah istilah turunan dari kewirausahaan. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Pengertian sederhana dari *Social Entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan

¹⁶ John Field, *Op.Cit.*, h 84.

¹⁷ Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005.

dan kesehatan (*healthcare*). Definisi *Sociopreneur* menurut Rohmat Sastro Sugito (founder sotoji), adalah entrepreneur yang dalam bisnisnya mengedepankan aspek social atau bidang bisnisnya di bidang social. Aulia Rachman menyebut *sociopreneur* sebagai entrepreneur yang punya jiwa social. Sedangkan Rommy Irawan mengidentifikasinya sebagai wirausaha yang dapat memberdayakan masyarakat kelas bawah.¹⁸

3. Hubungan Antar Konsep

Orang yang berbisnis di MLM tidak berbeda jauh dengan orang yang berwirausaha. Namun perbedaannya terletak pada; jika anggota yang bergabung mempunyai keterikatan dengan kepada perusahaan. Keterikatan tersebut sebagai mitra, namun jika *sociopreneur* tidak memiliki keterikatan, ia mempunyai usaha bisnis sendiri dan relatif mandiri. Adapaun cara kerja antara *sociopreneur* dengan orang yang berbisnis di MLM adalah sama yaitu, sama-sama mencari calon pembeli untuk membeli produknya.

Jiwa seorang *sociopreneur* juga harus memiliki modal sosial. Dalam dirinya, ia harus memiliki memiliki visi (norma) yang harus senantiasa diimplemtasikan demi mencapai nilai, yakni berupa laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Selain itu, seorang *sociopreneur* juga harus memiliki kepercayaan penuh pada bisnis yang ia kembangkan dan ia jalankan. Apapun resiko yang dihadapi dan hambatan yang

¹⁸ <http://www.erlangga.co.id/umum/8453-apa-dan-siapa-sih-sociopreneur-itu.html> (diunduh: Jum'at, 21 Juli 2017. Pukul 08.11 WIB)

datang, seorang *sociopreneur* harus tetap optimis dan percaya penuh bahwa dirinya bisa mengatasi itu semua dengan baik.

Visi dan kepercayaan tidak akan terimplementasi dengan baik jika tidak adanya jaringan. Maka dari itu, seorang *sociopreneur* juga harus memiliki jaringan agar produk yang dijual dapat sampai ke tangan pembeli. Dengan begitu, keuntungan akan dapat diperoleh.

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menekankan lebih kepada menggambarkan kegiatan pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang relevan digunakan untuk meneliti fenomena yang terjadi dalam suatu kelompok masyarakat. Adapun sebagaimana yang dinyatakan Locke Spiduso dan Silverman dalam Creswell salah satu tujuan penelitian kualitatif adalah memahami situasi sosial, peristiwa, peran, kelompok, atau interaksi tertentu.¹⁹

Peneliti memilih pendekatan kualitatif untuk mengkaji proses, makna dan pembahasan yang lebih mendalam. Jenis penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan gejala-gejala sosial dan fenomena-fenomena sosial tertentu. Pendekatan kualitatif biasanya digunakan untuk meneliti sesuatu secara mendalam agar dapat memahami setiap fenomena atau kejadian

¹⁹ John W. Creswell. *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: KIK Press, 2002), h 155.

mendalam agar dapat memahami setiap fenomena atau kejadian secara bersifat deskriptif.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menginterpretasikan data primer yang dikumpulkan selama penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pembinaan jaringan dalam pembentukan modal sosial di PT. Melia Sehat Sejahtera, maka penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Neuman bahwa, penelitian deskriptif ini berusaha untuk menyajikan gambaran yang spesifik dari situasi atau peristiwa tertentu latar belakang sosial dari kejadian tersebut.²⁰ Dalam hal ini, latar belakang atau situasi dari pembentukan modal sosial melalui pembinaan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera.

2. Peran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti menjadi “*Observer as Participant*” atau bisa dikatakan dengan peneliti berfungsi sebagai pengamat terlibat. Maksudnya adalah untuk mempermudah pencaharian dengan cara ikut serta dalam proses penelitian. Penelitian melakukan penelitian dengan cara ikut serta dalam serangkaian kegiatan proses pembinaan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera. Menurut Creswell, bahwa “peran peneliti dalam kualitatif adalah instrument utama. Penelitian kualitatif merupakan alat utama dalam mengumpulkan data dan analisis data serta harus ikut berpartisipasi langsung ke lapangan untuk melakukan observasi”.²¹ Dengan melakukan pendekatan

²⁰ W.L Neuman. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches* (Boston: Allyn and Bacon, 1997), h 19.

²¹ John W. Creswell, 2002, *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: KIK Press), h 162.

dengan informan, peneliti berusaha menciptakan suasana yang akrab dan nyaman pada saat wawancara agar mempermudah akses peneliti untuk melakukan penelitian di tempat yang akan diteliti.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian sekaligus laporan akhir ini dilakukan dalam rentang waktu 10 bulan, yaitu September 2016 hingga Juni 2017. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di kantor pusat PT. Melia Sehat Sejahtera yang beralamat di Jalan Minangkabau No. 58, Pasar Manggis, Setia Budi, Jakarta Selatan 12970. Tidak hanya itu peneliti juga ikut serta dalam beberapa seminar. Hal ini dilakukan demi menunjang kelengkapan data peneliti.

4. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih subyek yaitu *member* PT. Melia Sehat Sejahtera. Dalam penelitian ini, yang dijadikan subyek penelitian oleh peneliti adalah dua *member* aktif, serta dua *member non-aktif*, dan sebagai triangulasi data, peneliti mewawancarai pemerhati Bisnis MLM. Informan tersebutlah yang akan memberikan informasi atau data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Berdasarkan sifat penelitian yang dipakai, metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu pertama, wawancara adalah cara memperoleh atau keterangan dengan menanyakan masalah yang akan diteliti kepada narasumber atau informan. Menurut Uber Silalahi, “teknik wawancara dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam”.²²

Proses dalam wawancara mendalam ini dilakukan secara tatap muka antara pewawancara dengan informan. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara, recorder, alat tulis, dan serta harus mengetahui etika, seperti misalnya perizinan dan pemilihan bahwa mewawancarai informan. Dalam hal ini, dikarenakan waktu kesempatan peneliti dalam melakukan wawancara yang terkadang tidak tepat waktunya dengan informan.

Observasi digunakan menyajikan gambaran realistis perilaku dan kejadian dengan cara peneliti mengamati langsung ke lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menjadi pengamat terlibat atau observasi partisipatif. Dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka.

²² Uber Silalahi. *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Refika Aditama. 2010), h. 312.

6. Teknik Triangulasi Data

Triangulasi merupakan metode yang dilakukan peneliti sebagai keabsahan dan menganalisis data. Menurut Sugiono “Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.”²³ Peneliti menggunakan teknik triangulasi data dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data seperti observasi dan studi dokumen. Kemudian data diperoleh dan dikelola dalam menganalisis agar penelitian ini terjamin kebenarannya. Adanya berbagai deskripsi mendalam menjadi satu bagian yang turut membantu peneliti dalam membangun dan menopang alur pola yang dibangun oleh peneliti dalam kajian pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera.

Untuk mendapatkan data tersebut peneliti mewawancarai kerabat dari *member* aktif PT. Melia Sehat Sejahtera. Untuk mengecek keabsahan data peneliti melakukan deskripsi mendalam menjadi salah satu bukti yang menentukan gagasan peneliti dalam mengatur penelitian secara lebih koheren dan valid. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data sama secara serempak. Maka dari itu, dengan triangulasi data ini dapat digunakan oleh peneliti sebagai teknik keabsahan kalibrasi data-data yang telah ditemukan di lapangan keabsahan datanya.

²³ Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif dan kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta. 2009), h. 330.

H. Sistematika Penelitian

Penyusunan skripsi ini memiliki sistematika penelitian yang terbagi dalam lima bab yaitu **BAB I** Pendahuluan yang memiliki tujuan Subbab. Subbab pertama mengenai latar belakang masalah penelitian yang menggambarkan suatu masalah sosial yang menarik untuk diteliti bagi peneliti. Subbab kedua adalah perumusan masalah yakni memaparkan fokus penelitian dalam bentuk mendeskripsikan mengenai capaian yang penelitiinginkan baik untuk kepentingan penelitian maupun khalayak. Subbab ketiga, tujuan penelitian dalam mendeskripsikan capaian yang penelitiinginkan dalam penelitian. Subbab keempat Manfaat penelitian dalam mendeskripsikan capaian yang penelitiinginkan dalam penelitian.

Subbab kelima yakni, penelitian sejenis yang memaparkan beberapa penelitian sejenis yang memaparkan beberapa penelitian lainya yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dikaji oleh peneliti. Subbab keenam yakni kerangka konseptual merupakan landasan konsep bagi pennisan ini. Subbab ketujuh merupakan metode penelitian yang memaparkan pendekatan dan teknik merupakan metode penelitian yang merupakan pendekatan dan teknik dalam menyusun penelitian ini secara sistematis. Subbab terakhir dalam Bab I adalah sistematika penelitian. Namun, sebelum Bab I, peneliti juga membuat abstrak, moto persembahan, kata pengantar, daftar isi dan daftar keterangan lain.

BAB II merupakan bab yang menyajikan gambaran umum atau profil lokasi penelitian yang meliputi sejarah singkat PT. Melia Sehat Sejahtera, visi dan misi PT. Melia Sehat Sejahtera, kekuatan, dan kode etik distributor PT. Melia Sehat Sejahtera.

BAB III merupakan bab yang menyajikan hasil temuan penelitian tentang karakter kepemimpinan pada kegiatan pembinaan bisnis pemasaran jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera dari hasil pengamatan terlibat, wawancara mendalam, ataupun catatan lapangan. Terdapat pemaparan mengenai profil dari masing-masing member, serta proses pembinaan antara *member* dengan *group leader*.

BAB IV merupakan bab yang menyajikan jawaban dari pertanyaan penelitian sekaligus pembahasan hasil penelitian di PT. Melia Sehat Sejahtera mengenai karakter kepemimpinan pada kegiatan pembinaan bisnis pemasaran jaringan. **BAB V** merupakan bagian penutup yang berisi tentang kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian. Selain kesimpulan, terdapat saran sebagai masukan dan evaluasi yang positif terhadap pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA

A. Pengantar

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan berbagai informasi mengenai profil dan latar belakang PT. Melia Sehat Sejahtera yang menjadi subjek dari penelitian ini. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan mengenai sejarah berdirinya perusahaan dan kekuatan perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera yang disebut dengan lima pilar terdiri dari profile perusahaan, produk, sistem marketing plan, transparansi perusahaan, juga group leader dan support system yang mencakup kegiatan pembinaan kepada member, dan kode etik distributor PT. Melia Sehat Sejahtera. Informasi mengenai lima pilar PT. Melia Sehat Sejahtera terutama pilar group leader dan support system dirasa sangat penting bagi peneliti untuk mendukung penyajian dan penjelasan studi penelitian secara lengkap.

B. Sejarah Singkat PT. Melia Sehat Sejahtera

PT. Melia Sehat Sejahtera adalah sebuah perusahaan Multilevel Marketing (MLM) yang menjual produk-produk makanan kesehatan.dengan legalitas terjamin karena telah memiliki izin dari pemerintahan Republik Indonesia dengan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dari Dirjen Perdagangan Dalam Negeri – Departemen Perdagangan Republik indonesia. Pada awalnya PT Melia Sehat Sejahtera bernama PT Melia Summit Indonesia yang berkantor pusat di Malaysia dan

didirikan di Indonesia pada tahun 2002. Dalam rangka memperkuat manajemen dan permodalan pada pertengahan tahun 2005, kepemilikan PT. Melia Summit Indonesia diambil alih oleh sebuah perusahaan besar yang memiliki pabrik propolis di Sydney, Australia yaitu Mother Nature Health Products Pty. Limited.

PT Melia Summit Indonesia berganti nama menjadi PT Melia Nature Indonesia pada bulan Maret 2006. Herbal Science Sdn. Bhd. yang memproduksi Melia Biyang (Human Growth Hormon) dari Malaysia pada bulan Maret 2006 membeli sebagian saham kepemilikan perusahaan PT. Melia Nature Indonesia dari Mother Nature Health Producth Pty.Limited. PT. Melia Nature Indonesia dimiliki secara bersama oleh Mother Nature Health Products Pty. Limited.(Australia) dan Herbal Science Sdn. Bhd (Malaysia). Pada tanggal 25 September 2012 PT. Melia Nature Indonesia dimiliki secara tunggal perusahaan manufakturing besar Herbal Science Sdn. Bhd (Malaysia) dan merubah nama menjadi PT. Melia Sehat Sejahtera yang kantor pusatnya berada di Jalan Minangkabau No. 58 , Pasar Manggis, Setia Budi, Jakarta Selatan.²⁴

²⁴ *Exclusif Diary member* PT. Melia Sehat Sejahtera

Gambar II. 1
Logo PT. Melia Sehat Sejahtera



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2016

Gambar II. 2
Kantor Pusat PT. Melia Sehat Sejahtera



Sumber : <https://www.google.co.id/grahagrace> Tahun 2016²⁵

C. Visi dan Misi PT Melia Sehat Sejahtera

Menyehatkan kehidupan Bangsa Indonesia, membangun karakter kepemimpinan, penghargaan atau kebanggan, kemandirian ekonomi, Pengabdian

²⁵ Diakses pada tanggal 28 September 2016 pukul 18.00 wib.

kepada Bangsa. Terus maju bersama para distributor yang dinamik serta memperoleh pangsa pasar yang diharapkan guna memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan, juga ingin menjadi perusahaan MLM yang terbaik dan mewujudkan peluang bagi kepentingan distributor kami.²⁶

D. Lima Pilar PT. Melia Sehat Sejahtera

Lima pilar merupakan landasan utama kekuatan perusahaan yang menjadikan PT. Melia Sehat Sejahtera layak untuk dijalankan oleh berbagai macam kalangan. Lima pilar terdiri dari Profile perusahaan yang kuat dan berpengalaman, produk – produk alami berkualitas, marketing plan yang telah teruji memberikan potensi penghasilan jutaan rupiah setiap hari, website pribadi yang memberikan seluruh informasi, serta pilar yang dianggap paling kuat sehingga PT. Melia Sehat Sejahtera mampu menjadi perusahaan multi level marketing yang bertahan untuk tetap eksis selama belasan tahun dan terus berkembang adalah group leader dan support system yang membantu seluruh jaringan untuk sukses bersama.

1. Profil perusahaan

PT Melia Sehat Sejahtera terhubung dan didukung penuh secara total oleh Patner Perusahaan Manufacturing Besar dari Malaysia yaitu Herbal Science Sdn. Bhd. (Malaysia) . Management PT Melia Sehat Sejahtera telah teruji selama lebih dari sepuluh tahun melayani seluruh Leader dan member dengan komitmen total untuk berkembang dan bertumbuh bersama. PT Melia Sehat Sejahtera memiliki

²⁶ *Flipchart Member* PT. Melia Sehat Sejahtera.

semua dokumen Perijinan sesuai syarat Pemerintah Indonesia SIUPL / IUPB (Perusahaan Legal) . PT Melia Sehat Sejahtera membayar pajak Perusahaan dan Penghasilan Member untuk mendukung program pemerintah sebagai perusahaan yang taat dan berpartisipasi dalam pembangunan bangsa Indonesia. Perusahaan yang terus berkembang, terdepan, teruji management profesional serta finansial yang kuat akan membuat seluruh Leader dan Member aman dan nyaman bekerjasama.

Gambar II. 3
Piagam Duta Pajak dari Dirjen Pajak RI dan dari Dirjen Pajak



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Gambar II. 4
Piagam Penghargaan Pembayar Pajak Terbaik di Sektor MLM



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

2. Produk PT Melia Sehat Sejahtera

PT Melia Sehat Sejahtera memiliki Produk alami yang tidak menyebabkan efek samping yaitu Propolis dan Melia Biyang . Propolis dan Melia Biyang memiliki reaksi sangat cepat yang mampu membantu penyembuhan berbagai macam penyakit khususnya yang disebabkan oleh Virus, bakteri, jamur serta mampu meningkatkan stamina tubuh yang lebih baik dan membuat lebih awet muda.

Gambar II. 5
Produk – produk PT. MSS



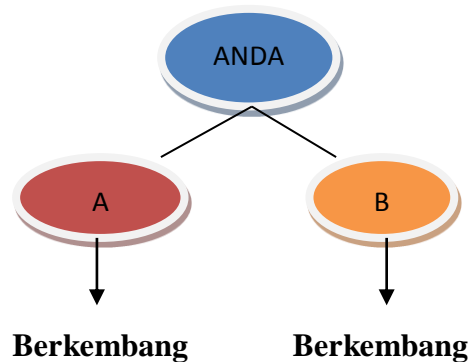
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Propolis dan Melia Biyang telah diakui Pemerintah RI dengan adanya ijin dari Badan POM RI . Produk Propolis dan Melia Biyang diproduksi dengan proses berkualitas tinggi, hygenis sesuai dengan standar GMP. Penjualan Produk Asli PT Melia Sehat sejahtera hanya melalui syarat anda harus menjadi member atau membeli dari member aktif dan stokis stokis (Produk PT Melia Sehat Sejahtera tidak dijual di Apotik, Pasar pasar arau *online*)

3. *Marketing Plan*

PT. Melia Sehat Sejahtera adalah pelopor bisnis MLM dengan Marketing Plan yang berpihak kepada member. Sistem marketing plan yang telah terbukti dan teruji selama lebih dari 10 tahun dengan sistem marketing plan dua group yang terlama di Asia dan no.2 terlama di dunia.

Skema II.1
Cara Membangun Jaringan



**Setiap unit bisnis yang anda miliki hanya membangun dua grup yaitu
GROUP KIRI & GROUP KANAN**

Sumber : Eksklusif Diary Member

4. **Transparansi**

PT. Melia Sehat Sejahtera dan seluruh member memiliki website yang dapat di update setiap hari dan dapat diakses 24 jam setiap hari www.meliasehatsejahtera.com. *website* yang menyajikan informasi tentang perusahaan, produk, perkembangan jaringan bonus-bonus anggota, kesaksian produk dan bonus serta semua aktivitas perusahaan dan aktivitas kegiatan seluruh group leader. Website

memudahkan member melakukan perencanaan perkembangan bisnis dan mengikuti seluruh aktivitas.

Gambar II. 6
Tampilan Website Resmi PT. MSS



Sumber : Data Peneliti, 2016

5. *Group Leader* dan Support Sistem

a. Komunitas Positif dan *Group Leader*

- 1) Komunitas yang memiliki kepercayaan dan keyakinan diri, optimis serta antusias yang menyadari bahwa sukses itu adalah milik semua orang dan harus diperjuangkan.
- 2) Komunitas PT. MSS meyakini sukses bisa diraih bersama, berjuang bersama, mengutamakan integritas, komitmen, ketulusan dan kejujuran.
- 3) Komunitas yang memiliki karakter pemimpin-pemimpin yang tangguh, yang akan terus menjaga dan mendampingi semua member meraih sukses dengan tidak akan mengorbankan para member demi sebuah kepentingan pribadi.

b. Support System ESN

- 1) Support System *Excellent Strategy of Network* (ESN) sebagai bahan duplikasi pembelajaran untuk pengembangan diri, pengembangan kepemimpinan serta pengembangan karakter dan kemandirian ekonomi agar seluruh member dan leader memiliki sudut pandang yang sama, derap langkah serta tujuan yang sama.
- 2) Dengan Support System akan menciptakan “ SUKSES “ dikerjakan bersama, diperjuangkan bersama dan diraih bersama.

Gambar II. 7
Kegiatan ESN Sosialisasi Bisnis PT.MSS



Sumber : Dokumentasi Peneliti,2016

E. Kode Etik Distributor Sebagai Bagian dari Nilai dan Norma

Sistem kerja yang ada pada PT. MSS tidak dijalankan secara sendiri-sendiri menurut kemauan individu anggota. Akan tetapi para anggotayang bergabung di PT.

MSS ini terikat pada norma-norma tertentu, dan norma itu sebagai batas aturan yang boleh dan tidak boleh untuk dilakukan. Dengan menjalankan dan mengikuti aturan yang telah ditetapkan maka capaian target akan mudah untuk didapat. Nilai dan norma yang terdapat di PT. MSS ini menjadi bentuk dari tanggung jawab, hak dan kewajiban bagi tiap-tiap anggota.

Adapun Tanggung Jawab, Hak dan Kewajiban Distributor ialah sebagai berikut;

1. Tanggung Jawab Distributor

Distributor bertanggung jawab terhadap segala akibat yang timbul dalam melakukan aktivitas kedistributoran yang dilakukan menyimpang dari aturan yang ditentukan oleh perusahaan.

2. Hak Distributor

Distributor berhak atas persamaan perlakuan bagi sesama distributor dan juga distributor berhak mendapatkan imbalan berupa discount dan bonus dari perusahaan atas aktivitas kedistributorannya sesuai ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pengambilan produk automaintain distributor maksimal 3 bulan, jika tidak diambil akan dianggap hangus.

3. Kewajiban Distributor

Distributor wajib menjaga nama baik perusahaan dan seluruh karyawan perusahaan. Distributor wajib mengajarkan downline-nya bagaimana cara mengisi formulir posting yang benar termasuk bagaimana cara menempatkan cabang yang benar pada waktu posting (mendaftar). Distributor wajib bertingkah laku sopan, simpatik, jujur dalam melaksanakan kedistributorannya. Distributor

wajib melakukan bimbingan , pembinaan, pelatihan, motivasi dan penjelasan yang benar bagi distributor yang disponsorinya menurut cara-cara yang tidak bertentangan dengan kaidah – kaidah yang digariskan oleh perusahaan.

F. Perekrutan Member Baru PT. Melia Sehat Sejahtera

Ketika seseorang ingin bergabung dalam suatu komunitas atau kelembagaan apapun itu baik pendidikan, ekonomi, dsb. Tentu seseorang tersebut harus mengikuti prosedur dan persyaratan yang ada. Proses perekrutan untuk menjadi anggota baru PT. MSS memenuhi persyaratan, antara lain: (1) Mengisi formulir pendaftaran (2) Membayar uang pendaftaran sebesar Rp.125.000 (exclusive diary, formulir, brosur, kartu anggota, akun pribadi di website PT. MSS) yang dibarengi dengan pembelian produk minimal 1 paket seharga Rp.1.000.000 dengan ppn 10%.

G. Pembinaan dan Aktivitas PT. Melia Sehat Sejahtera

Dalam proses pembinaan dari member menjadi seorang leader dan memiliki karakter kepemimpinan, tentu ada proses belajar dan pembinaan yang dilalui oleh setiap member. Oleh karena itu di PT. Melia Sehat Sejahtera dibuat berbagai rangkaian acara pembinaan guna menjalankan visi misi perusahaan agar sukses dapat diraih secara bersama-sama. Rangkaian fasilitas acara dibuat oleh leader-leader yang telah dipercaya untuk manage jaringan atau downline nya. Fasilitator merupakan adalah individu yang membantu sekelompok orang memahami tujuan bersama mereka dan membantu mereka membuat rencana guna mencapai tujuan.

Dalam hal ini fasilitator di PT. Melia Sehat Sejahtera adalah seorang member yang telah memiliki pemahaman yang mendalam tentang menjalankan bisnis pemasaran jaringan di PT. Melia Sehat Sejahtera, serta telah memiliki jaringan atau *downline* dengan jumlah yang cukup besar sehingga perlu membuat wadah-wadah pertemuan untuk mempermudah dalam pembinaan dibawah jaringan dari member tersebut. Adanya member yang telah memiliki kemampuan memimpin dan mampu untuk menjadi seorang fasilitator adalah bagian dari hasil sebuah proses pilar kelima PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu *Group Leader and Support System* ESN. Wadah pertemuan yang terdapat di PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu :

1. Prospek

Sebuah kegiatan untuk menjelaskan bisnis PT. MSS secara tatap muka *one on one* oleh *leader* yang sudah bisa menjelaskan dengan calon member yang akan dijelaskan mengenai bisnis PT. MSS yang diundang oleh member dibawah jaringan *leader* tersebut. Prospek biasa dilakukan dirumah calon member yang akan dijelaskan atau ditempat umum yang kondusif seperti *caffé* atau restoran cepat saji. Berikut penuturan wawancara dengan seorang senior leader PT. MSS Dwi Anjani mengenai kegiatan prospek :

“Biasanya prospek ini kita lakukan untuk mengundang lagi calon member supaya hadir ke pertemuan, jadi yang dijelaskan ketika prospek tidak terlalu mendetail tapi cuma point-point penting nya aja. Jadi fokusnya ketika prospek itu adalah mengedifikasi kepada calon member mengenai komunitas MSS ini dan memanfaatkan pertemuan untuk penjelasan detailnya, sebab pertemuan akan lebih meyakinkan calon member untuk bergabung dibanding dengan propek *one on one*”.²⁷

²⁷ Hasil wawancara dengan Dwi Anjani selaku *senior leader* di PT.MSS pada tanggal 4 Oktober 2016

2. *Homesharing*

Homesharing adalah wadah pertemuan pembelajaran dalam lingkup kecil dan dilakukan di rumah member atau *basecamp*. Homesharing bisa dibuat ketika sudah memiliki 5 sampai 10 orang member aktif. Pada *homesharing* ini diberikan dasar-dasar pemahaman menjalankan bisnis PT.MSS, seperti belajar presentasi, mengisi formulir, dan penempatan pohon jaringan. Pertemuan ini juga dijadikan sebagai tempat berkonsultasi untuk masalah yang tengah dialami para member baik itu kesulitan mengajak teman, dan lain sebagainya.

3. *Homeprospek*

Homeprospek merupakan wadah pertemuan omset dimana seorang member yang sudah memiliki 5 sampai 10 orang jaringan atau *downline* aktif. Membuat acara sosialisasi bisnis PT. MSS kepada orang-orang yang belum mengetahui informasi tentang komunitas bisnis PT.MSS secara persuasif yang dilakukan di rumah *member* atau *basecamp*. Kegiatan di homeprospek ini adalah mengajak teman yang ingin mengetahui lebih jelas mengenai bisnis PT. MSS . Homeprospek lebih efektif dari pada *one on one* atau *man to man* karena suasana homeprospek lebih menciptakan optimisme dan positive thinking tentang bisnis ini, karena dalam homeprospek ini selain dihadiri tamu undangan, dihadiri juga oleh member / anggota yang sudah bergabung di bisnis ini.

Suasana ini akan membuat tamu undangan akan lebih yakin karena telah melihat sendiri mengenai penjelasan secara detail dan melihat langsung bukti

nyata bahwa bisnis ini *real* dan sudah ada orang yang berhasil. Contohnya dengan diperlihatkan sms notifikasi dari PT.MSS bahwa bonus sudah di transfer, dan kemudian sms tersebut disandingkan dengan buku rekening yang akan membuktikan bahwa tanggal dan jumlah uang yang di sebutkan dalam sms sama dengan yang mereka terima di buku rekening, atau dengan menunjukan STNK mobil hasil tabungan dari bonus PT.MSS.

4. *OPP (Open Plan Presentation)*

OPP merupakan wadah pertemuan omset yang lebih besar dengan kapasitas minimal 50 member aktif. Membuat acara sosialisasi bisnis PT. MSS kepada orang-orang yang belum mengetahui informasi tentang komunitas bisnis PT.MSS secara persuasif yang dilakukan di kantor atau dengan menyewa aula pertemuan. Pada kegiatan ini semua member PT. MSS diharuskan memakai jas dan berpakaian rapi dan formal.

5. *Workshop*

Sebuah kegiatan pembelajaran yang dilakukan dengan kegiatan ekstra yang menyenangkan dan juga dijadikan ajang liburan bersama dengan serangkaian acara yang membuat solidaritas member semakin menguat dan pemahaman tentang bisnis PT. MSS semakin diperdalam.

6. *Training*

Training merupakan wadah pertemuan pembelajaran dalam cakupan yang cukup besar dengan kapasitas minimal 300 member aktif di satu kota.

Terdapat dua macam *training* di PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu *New Member Training* (NMT) dan *National Leader Training* (NLT)

a). *New Member Training* (NMT)

Wadah pembelajaran yang dibuat untuk member yang baru bergabung. Dibuat setiap satu bulan sekali selama satu hari yang dikenakan biaya Rp.100.000 per-member.

b). *National Leader Training* (NLT)

Wadah pembelajaran yang diselenggarakan untuk para leader yang berkomitmen dari seluruh Indonesia yang diadakan di satu tempat yaitu Yasmin Palace, Puncak, Bogor. Leader yang menciptakan wadah ini hanya satu orang adalah Founder Leader Comitte National Bapak Ir. Roy P Manik. Di agendakan acara ini adalah satu kali setiap tiga bulan, dan diselenggarakan selama dua hari satu malam yang dikenakan biaya Rp. 600.000 per-leader.

1. Konsolidasi Akbar *Member* dan *Leader*

Kegiatan yang mengumpulkan seluruh *member* dan *leader* seluruh nusantara dan wajib dihadiri. Acara akbar ini diselenggarakan oleh Anggota DPR RI pemimpin tertinggi di PT. Melia Sehat Sejahtera Bapak Ir. Sukur Nababan. Acara ini biasa dilaksanakan di Istora atau Gelora Bung Karno Senayan Jakarta.

PT. Melia Sehat Sejahtera dalam melaksanakan segala kegiatan pembinaannya diharapkan untuk mengembangkan nilai-nilai silaturahmi,

solidaritas, kebersamaan, integritas, berfikir terbuka, berorientasi tindakan, dan motivasi. Nilai silaturahmi dapat terbentuk melalui interaksi dan komunikasi yang saling mendukung, sinergi, kerjasama, berbaik sangka, serta *teamwork*. Untuk nilai integritas dapat terlihat dari penanaman nilai kejujuran, transparansi, amanah, komitmen, mandiri, tanggung jawab, dan adil. Sedangkan untuk nilai yang berorientasi pada tindakan dapat terlihat dari semangat solutif dan konsisten dari anggotanya, selain itu juga diharapkan anggotanya diharapkan untuk dapat berfikir terbuka dan bertindak positif.

H. Profil Informan

1. Nurani

Nurani adalah seorang member aktif, ia baru lulus dari pendidikan S1 namun belum mendapatkan pekerjaan. Nurani bergabung menjadi member semenjak sekolah STM. Awalnya, Nurani tahu tentang Melia dari Facebook. Sebenarnya, sebelumnya sudah pernah dijelaskan 3 kali sama orang, tapi tidak pernah berkeinginan untuk *joint*. Akhirnya ketika sedang membuka Facebook, pacar ada tawaran-tawaran tentang bisnis uang harian segala macem. Awalnya belum tau kalau itu Melia ternyata ketika menghubungi call center/kontak ke orangnya dan datang ke pertemuannya ternyata itu bisnis Melia.

Akhirnya singkat cerita Nurani join di situ karena berfikir awalnya kalau masuk ke dunia pekerjaan susah karena. Selain itu *basic*-nya Nurani adalah STM

penerbangan dan untuk lolos ke dunia penerbangan membutuhkan biaya yang besar. Pada saat seperti itu Nurani mempunyai beberapa pertimbangan antara melanjutkan kuliah atau tidak, hal ini karena keadaan orang tua sedang mengalami masalah ekonomi. Disitu Nurani berfikir bahwa mungkin ini udah jalannya mencari rezeki dan Nurani akhirnya harus join di Melia karena sudah sampai dijelasin empat kali. Dan karena sudah empat kali melihat dan mengikuti empat kali pertemuan akhirnya Nurani memutuskan untuk berbisnis/join di Melia.

Semenjak tahun pertama Nurani joint di Melia, pendapatannya mencapai 7 sampai 10 juta perbulan, tahun kedua mencapa 15 juta perbulan. Hingga akhirnya Nurani bisa membeli mobil, namun setelah itu, di tahun ke 3 mulai terasa turun menjadi sekitar 6 juta, kadang 3 juta bahkan pernah sampai 1 juta perbulan. Seperti dalam wawancara, Nurani menjelaskan:

“Total rata-rata penghasilan di tahun pertama bisa 7 sampai 10 juta perbulan, tahun kedua bisa sampai 15 juta perbulan makanya Bisa sampai beli mobil setelah itu dari tahun ke 3 mulai berasa turun jadi 6000000 tahun ke 42 sampai 3 juta bahkan pernah sampai 1 juta perbulan gitu itu penurunan bonus maksud dengan penghasilan perbulan tuh berasa banget gitu tapi kalo rata-rata untuk sekarang 2 sampai 3 juta perbulan disadari bonus penjualan retail gitu”.

Sampai saat ini, member yang berada di bawah Nurani mencapai ribuan orang, tetapi yang terhitung aktif hanya sekitar 20 orang.

2. Candra Irawan

Candra Irawan atau yang biasa dipanggil Candra adalah member aktif yang masih berstatus mahasiswa. Ia beralamat di Pondok Jati Murni blok X-7 dan statusnya belum menikah. Ia mulai bergabung menjadi member sejak empat tahun

yang lalu. Ia mendapatkan info tentang bisnis MLM PT.MSS dari seorang yang ada di facebook. Awalnya ia menganggap biasa saja namun ketika ada masalah dengan ‘pacarnya’ ia mulai ‘sadar’ untuk bangkit dan jangan sampai terus menerus dalam kondisi down dan mencari kesibukan. Semenjak saat itu ia mulai ikut dan bergabung menjadi member di PT. MSS.

Sampai saat ini, ia sudah menjadi anggota lebih kurang dari empat tahun dan saat ini sudah memiliki jaringan lebih kurang dari lima ratus orang. Namun dari lima ratus orang tersebut, hanya sekitar 60-80 persen yang aktif dan hasil yang didapat jika dirata-ratakan dalam sebulan bisa mencapai tiga sampai lima jutaan. Dan sampai saat ini ia terus mengontrol jaringan di bawahnya.

Candra bertutur bahwa selama ia menjadi member, ia mendapatkan berbagai pengalaman tersendiri. Selain uang insentif yang didapat, ia juga banyak mendapatkan keuntungan tersendiri, namun yang jelas ia merasa bahwa dirinya bisa menjadi berkembang selama menjadi member.

Terdapat cerita tersendiri sebelum Candra bergabung menjadi member di PT. MSS. Candra menceritakan;

“Awalnya gabung pakai uang SPP setelah join satu paket dengan uang SPP langsung di daftarkan ke NM training untuk member baru dan di situ diberi pemahaman akhirnya kakak ingin banget nambah paket sampai 15 paket setelah itu akhirnya Kakak minjem minjem lah sana-sini awalnya sempet minta izin sama orang tua buat dikasih modal buat minjem uang Kakak nggak ngaku kalau untuk ikut bisnis Melia tapi ternyata ketahuan sama orang tua kalau kakak mau join bisnis Melia ra diomelin lah ya udah dari orang tua nggak dapet akhirnya Kakak coba minjem ke temen-temen semuanya nyari total Total sekitar Rp2.000.000 terus Ditambahin lagi dari uang hasil jual barang-barang di kosan kompor dispenser kipas angin tambah lagi jual HP Nokia C3 sama BB Gemini jual motor juga Supra X tahun 2009, akhirnya satu minggu betul-betul satu minggu itu ketar-ketir minjem jual barang

semua Kakak lakukan akhirnya dapat lah modal untuk join sampai 15 paket waktu itu modal 15 Paket masih Rp 9.150.000.”

Setelah mengumpulkan modal yang relatif banyak, Candra dapat merasakan hasil yang besar, ia merasa, jikadihitung-hitung, maka modal sebesar itu dapat kembali tidak kurang dari enam bulan semenjak ia bergabung.

Berbeda dengan informan lainnya, dari beberapa informan yang peneliti wawancara, pengalaman mengumpulkan modal tidak *se-dramatis* yang dialami oleh Candra, berbeda dengan Nurani, Anita Aditya, dan Ahmad Tegar Sugiarto, mereka mendapatkan modal untuk membeli paket cukup dengan menyisihkan sedikit uang jajannya, karena uang jajan yang dikasih dari orang tuanya terbilang cukup sehingga dia bisamengatur penggunaan uangnya.

3. Anita Aditya

Anita Aditya atau yang biasa dipanggil Anita masih sebagai mahasiswi, usianya 22 tahun. Ia beralamat di jalan Sadar RT 08 RW 04 no. 36 A. Ia mendapat informasi PT. MSS dari teman SMP-nya. Sedari awal, Anita memang kurang berminat menjadi member namun karena sering diajak temannya dan lama-kelamaan merasa tidak enak oleh ajakan temannya, maka ia pun ikut mengisi formulir dan bergabung di PT. MSS untuk menjadi member.

Anita sudah menjadi member sejak lima tahun yang lalu, yaitu sejak tahun 2012. Sampai saat ini, ia hanya memiliki 80 jaringan di bawahnya. Hal ini memang karena Anita jarang mengikuti pertemuan-pertemuan yang diadakan oleh para member lain. Ia lebih sering menjalani aktivitas lain daripada mengikuti kegiatan

member. Hasil yang didapat pun cenderung sedikit jika dibandingkan member-member yang lain.

4. Ahmad Tegar Sugianto

Ahmad Tegar Sugianto adalah seorang karyawan di salah satu perusahaan swasta, pekerjaannya sebagai call center. Keikutsertaan Ahmad menjadi member sudah sejak tiga tahun yang lalu, yaitu dari mulai tahun 2013. Awalnya ia diajak oleh temannya yang bernama Bang Joe. Awalnya ketika masih kuliah ia ingin mendapat penghasilan tambahan dan sukses di usia muda, akhirnya ia langsung bergabung menjadi mitra dengan cara datang langsung ke kantor pusat dan membeli produk Melia Biyang dan Melia Propolis.

Selama masih kuliah ia menjadi member yang aktif dan ia hampir selalu mengikuti setiap pertemuan yang ada, ia hanya absen ketika ada tugas kuliah dirasa penting. Tetapi setelah lulus kuliah ia sudah mulai jarang aktif dan lebih memilih fokus pada pekerjaan barunya sebagai Call Center. Ahmad menjelaskan bahwa memang, selama ia aktif menjadi member, ia dapat memperoleh uang walaupun dalam jumlah yang sedikit. Namun ada beberapa keuntungan lain yang ia peroleh, seperti *public speaking*, berani 'ngomong' di depan orang banyak, jaringan yang banyak dan lain sebagainya.

Bagi Ahmad, ia merasa bahwa kerja yang dilakukan di adalah kesibukan dengan kuliah dan pekerjaannya membuat ia tidak memiliki waktu dan semakin jarang untuk hadir ke pertemuan, sehingga lambat laun semangatnya pun mengendur

dan meninggalkan bisnis PT. MSS dan menjalankan kegiatannya yang sekarang yaitu sebagai karyawan.

5. Bapak Asep Suryana

Bapak Asep Suryana atau yang biasa dipanggil Pak Asep adalah Dosen Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Selain menjadi dosen, beliau juga menjadi pemerhati ekonomi, terutama pada Bisnis MLM. Pak Asep pernah punya pengalaman tentang Bisnis MLM, yaitu pada bisnis asuransi, Pak Asep menceritakan: *“Saya pernah ngalamin ketika ajakan (Bisnis MLM) mau ikut manisnya luar biasa, nah sekarang saya sudah tidak bekerja lagi di asuransi, karena ributnya minta ampun, kita keluar modal tiap bulan kita bayar, itu tahu-tahunya tidak seimbang dengan kerja keras”*.

Peneliti melakukan wawancara dengan Pak Asep adalah sebagai triangulasi (kroscek) dari berbagai data yang peneliti peroleh. Hal ini dilakukan agar analisis yang dilakukan tidak terjebak pada subjektivitas sehingga hasil analisis dapat menjadi objektif. Dalam wawancaranya dengan Pak Asep, beliau menjelaskan bahwa; *“Ada mitos yang melekat pada member, biasanya kalau kita jadi member kita akan dapat sekian persen dari jaringan di bawah kita jadi dianggap member itu sebagai salah satu batu bata dari suatu sistem jaringan yang luas di mana kita membangun itu dan dampaknya kita akan mendapat keuntungan laba hasil dari kerja keras itu”*.

Jadi, keikutsertaan member di PT. MSS diperkuat dengan adanya sugesti yang diceritakan oleh Leader, sugesti tersebut berupa “mitos”, yakni mitos keuntungan yang diperoleh dan mitos cerita orang sukses di PT. MSS. Inilah strategi yang dilakukan Leader kepada para membernya.

BAB III

POLA PEMBENTUKAN MODAL SOSIAL

A. Pengantar

Bab ini akan membahas tentang peran PT. Melia Sehat Sejahtera (PT. MSS) sebagai pembentukan modal sosial member. Pada pembahasan ini, pembaca akan coba diperlihatkan tentang keterhubungan sistem kerja antara member dengan perusahaan, bagaimana dan seperti apa proses kerja yang ada, apakah member bekerja sesuai dengan ketentuan dari perusahaan atau tidak. Apakah proses kerja yang ada mengalami kendala, jika mengalami kendala, lalu sebesar apa kendala yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasinya dan seperti apa implikasi yang langsung dirasakan member setelah mengikuti kegiatan perekrutan dan pembinaan.

Untuk menjelaskan beberapa hal tersebut, peneliti akan mencoba menjelaskan beberapa poin penting, yaitu peran PT. Melia Sehat Sejahtera (PT. MSS), pola edukasi pembentukan modal sosial, deskripsi data informan dan implikasi yang dirasakan oleh member. Semoga penjelasan dibawah ini dapat memberi kefahaman yang bermanfaat. Selamat membaca!

B. Proses Membangun Modal Sosial

1. Proses Penanaman Nilai dan Norma

Norma-norma terdiri dari harapan-harapan nilai-nilai, pemahaman-pemahaman, dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh

sekelompok orang. Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti halnya kode etik profesional. Dalam hal ini, terdapat tiga poin penting dalam proses edukasi. Pertemuan yang dilakukan antara member dapat kita lihat sebagai arena untuk menanamkan nilai dan norma bagi para membernya. Terdapat Tujuh slogan nilai yang sering disampaikan oleh Leader kepada member, yaitu sebagai berikut:

- a. Jangan pernah menunda, hidup cuma 1 kali dan harus spektakuler.
- b. Siapapun bisa sukses di Melia Sehat Sejahtera
- c. Sukses harus berada di kendaraan yang cepat dan tepat
- d. Sukses tidak bisa sendirian, sukses harus untuk kita bersama
- e. Tantangan adalah proses pematangan
- f. Proses belajar tiada henti
- g. Fantasikan kesehatan, kekayaan yang berguna bagi orang banyak.

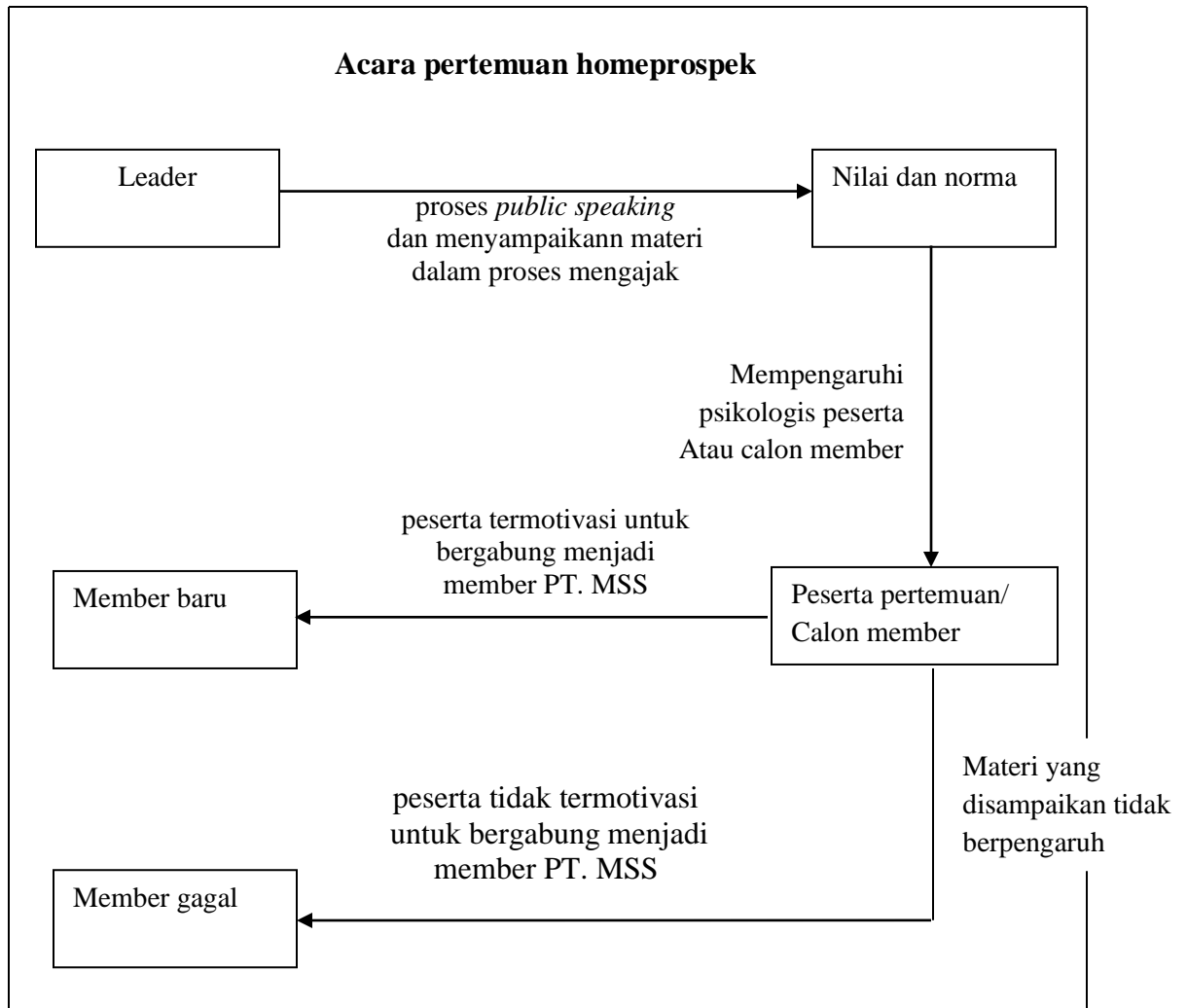
Tujuh macam nilai inilah yang sering disampaikan Leader kepada membernya ketika melakukan pertemuan antara leader, member dan calon member atau peserta pertemuan. Hal ini tentu bertujuan untuk memotivasi, terutama memotivasi bagi para calon member dan member baru. Namun banyak juga dari peserta yang kemudian memilih untuk tidak bergabung menjadi member di PT. MSS. Karena banyak juga para peserta yang di awal mengikuti pertemuan sudah memiliki rasa khawatir dan ‘takut’ pada istilah perusahaan MLM (*Multi Level marketing*)

Sementara, norma-norma yang coba dibangun adalah berbagai aturan yang pada intinya untuk menguatkan perusahaan melalui target yang dicapai oleh para membernya. Berbagai norma yang coba ditanamkan seperti;

- a. Antara member harus saling membantu dan tidak boleh saling menjatuhkan
- b. Para anggota member perlu didorong agar mempunyai rasa memiliki perusahaan sendiri, karena secara logika seseorang tidak akan merusak sesuatu yang merupakan miliknya.
- c. Para member perlu diberikan penjelasan tentang berbagai ketentuan yang wajib ditaati dan standar yang harus dipenuhi. Penjelasan dimaksud seyogianya disertai informasi lengkap mengenai latar belakang berbagai ketentuan yang bersifat normatif tersebut.
- d. Para member didorong menentukan sendiri cara-cara pendisiplinan diri dalam kerangka ketentuan yang berlaku umum bagi seluruh anggota organisasi.
- e. Bekerja sesuai dengan prosedur maupun aturan kerja dan peraturan PT. Melia Sehat Sejahtera.

Secara umum , norma-norma diatas memiliki berbagai fungsi sebagai berikut: Untuk mengatur tata tertib sesama member secara damai, adil dan saling menguntungkan. Untuk menjaga kepentingan tiap manusia supaya kepentingan itu benar-benar memberi manfaat terhadap para member. Untuk menjamin adanya *cek and belences* dalam hubungannya antara perusahaan dengan para membernya.

Skema III. 1
Proses Penanaman Nilai dan Norma



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

Adapun *output* dari *training* yang telah diikuti member akan memberi dampak tersendiri bagi para *member*-nya. Dampak tersebut berupa nilai-nilai keuntungan yang akan dicapai. Seorang *member* disini akan berfikir untuk mempunyai pilihan antara mengikuti sistem yang ada di PT. MSS atau hanya fokus menggeluti dunia bisnis. Sistem yang terbentuk adalah jika ingin mengikuti sistem maka harus bersedia

mengikuti *training* sebagai potensi ke jenjang kepemimpinan, yang mana fungsinya hanya untuk memudahkan koordinasi.

Istilah “sukses” adalah capaian nilai tertinggi dalam mengikuti bisnis di PT. MSS ini. Sukses dan sukses merupakan kata yang sering diucapkan dari mulut tiap member dan para leader setiap kali mereka bertemu dengan rekan member lainnya terutama dalam obrolannya dan sambil berjabat tangan. Dengan cara yang demikian, diantara mereka akan saling menumbuhkan motivasi yang tinggi dan mereka juga percaya akan adanya transfer energi semangat untuk bertemu di puncak kesuksesan. Sukses disini bukan hanya dalam hal ekonomi (menjadi milyader ataupun jutawan). Namun sukses disini bisa juga mengarah ke status jabatan kursi legislatif (sukses dalam bidang sosial-politik).

Adapun nilai kesuksesan yang sering digembor-gemborkan *leader* dalam *training*-nya menyebut bahwa terdapat empat nilai sukses, yaitu: (1) kesehatan yang prima (2) kemampuan kepemimpinan, yaitu terjadi sistem edukasi dan duplikasi dari para pemimpin kepada member-member sebagai calon pemimpin. (3) Penghargaan atau kebanggaan, yaitu menciptakan jaringan-jaringan pribadi untuk menjadi orang sukses sehingga ada pengakuan dari jaringan. (4) kemandirian ekonomi.

Sukses yang dimaksud adalah bagaimana menjadi seorang pemimpin atau *leader* yang memiliki mengimplementasikan sistem edukasi terhadap jaringan dibawahnya. Mampu membentuk *leader* baru setelah dirinya dibawah jaringannya. Serta untuk tahap menjadi seorang yang direkomendasikan oleh pimpinan tertinggi yaitu Syukur Nababan sebagai *Top Leader Commite* Nasional untuk menjadi caleg

parpol tertentu harus memiliki prestasi yaitu dengan pertimbangan loyalitas terhadap perusahaan, mampu merawat jaringannya, dan menemukan beberapa *leader* baru di jaringannya. Sehingga ada pengakuan dari jaringan bahwa mampu menjadi seorang pemimpin yang teruji kredibilitasnya.

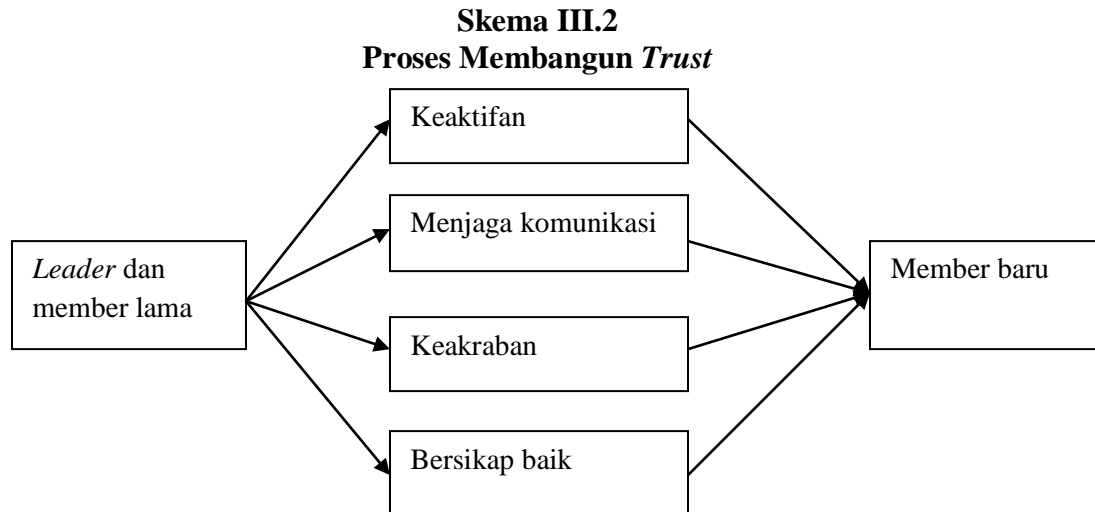
2. Proses membangun *trust* (kepercayaan)

Pertemuan yang dilakukan juga sebagai arena untuk membangun rasa saling percaya. Hal ini dapat peneliti simpulkan perihal proses keakraban yang terjalin antara member yang satu dengan member yang lain. Pada kesempatan yang berbeda, Nurani dalam wawancaranya menjelaskan bahwa;²⁸

“Dulu pas aku masih pertama-tama jadi member, leader aku benar-benar perhatian banget sama aku, aku sering dijemput kalo mau ada pertemuan, intinya dia itu nemenin aku secara total, seiring berjalannya waktu aku jadi bener-bener ngebantuin aku, hasilnya itu bener-bener ada, mungkin kalo leader aku punya mobil, bisa jadi dia jemputnya pake mobil dan aku juga sering liat leaderku sering ngisi di acara-acara besar, jadi aku mikir; ini orang ga cuma bantuin doang kok tapi bener-bener kepake di perusahaan dan ngebantu banyak orang, terus kalo ngebantu bener-bener memberi kita hasil nah dari hal-hal tersebutlah kita saling tumbuh kepercayaan antara para member dengan leader”

Proses dan sikap yang diceritakan pada petikan wawancara di atas merupakan salah satu usaha menanamkan rasa saling percaya antara anggota member dengan para leadernya. Kiranya di sinilah konsep modal sosial itu dikembangkan menjadi sebuah cara kerja yang nantinya benar-benar memberi keuntungan bagi orang banyak.

²⁸ Wawancara dengan Nurani, salah satu member aktif di PT Melia Sehat Sejahtera, Selasa 24 Januari 2017



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

3. Proses Memanfaatkan *Networking*

Modal sosial yang tersirat dalam proses pertemuan di PT. Melia Sehat Sejahtera adalah *networking* (jaringan). Maksudnya yaitu, apakah member benar-benar memanfaatkan dan mengembangkan jaringan dari bawah (*bottom up*) atau si member tidak memperhatikan celah-celah yang ada. Berdasarkan wawancara dengan salah satu informan,²⁹ ia menjelaskan bahwa;

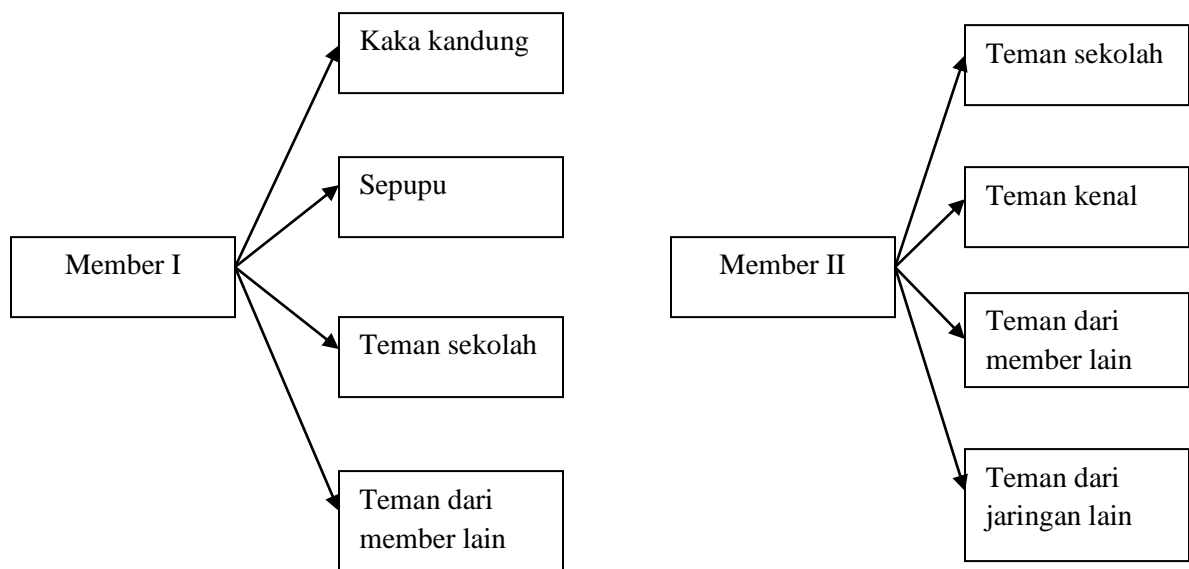
“Dulu pas pertama-tama aku jadi member, aku inget dulu orang yang pertama aku ajak itu kaka aku, trus setelah kaka jadi member aku ngajakin sodara, tapi ya gitu banyak sodara yang bilang kalo jangan mau dibodohi sama sistem, mana ada kerja gini doang sehari dibayar 200ribu, boongan itu. Tapi ya aku tetap sabar, sering juga disemangati sama member-member lain, kadang juga sering ngadain pertemuan di rumah, dan Alhamdulillah ada juga sodara yang nyantol, mau ikut jadi member melia, lumayanlah. Terus dulu pas lagi rezeki pernah seminggu aku dapet sejuta dua ratus, aku seneng banget, bayangin coba anak SMA seminggu dapat duit sejuta ya seneng banget lah. Aku cerita ke temen sambil ngajak, dari sini teman-temenku jadi pada ikutan jadi member. Terus sekitar 3 bulan pertama aku jadi bisa beli HP, lumayan aku promosiin aja di fb sama BBM.”

²⁹ Wawancara dengan Chandra Irawan, Selasa, 24 Januari 2017, via handphone.

Dalam wawancara dengan informan³⁰ yang berbeda, ia menjelaskan bahwa orang tua member benar-benar seorang perantau dari Palembang, pada awalnya dulu orang tuanya merantau ke Jakarta sendirian, dan di Jakarta ia tidak mempunyai saudara, hanya mempunyai teman. Setelah menjadi member, teman-teman sekolahnya yang pertama diajak untuk menjadi member.

Berdasarkan wawancara dengan kedua informan di atas maka dapat penelitisimpulkan bahwa ada dua model pemanfaatan jaringan. Pertama, bahwa member mampu memanfaatkan *networking* dari yang paling terdekat. Kedua, member mampu mengembangkan *networking* langsung bukan dari yang terdekat tetapi dari celah yang memiliki potensi untuk bergabung menjadi member.

Skema III. 3
Model Pemanfaatan Jaringan Sosial



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

³⁰ Ayu Wahyuni, orang tua perantau keturunan Palembang, Kamis, 22 Desember 2016.

C. Analisis Hubungan PT. MSS Terhadap Member

Untuk menganalisis hubungan antara perusahaan dengan karyawan maka lebih jelasnya jika kita memposisikan peran mempunyai suatu peran tertentu terhadap karyawan. Menurut Soekanto, peran adalah proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan.³¹ Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Peran PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan aspek dinamis kedudukan status.

Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.³² Peran adalah serangkaian tingkah laku yang dijalankan atau diharapkan oleh anggota kelompok yang memiliki posisi tertentu di dalam kelompok sehingga membeda-bedakan ia dari anggota lain yang memiliki posisi yang berbeda. Peran yang dimaksud adalah perilaku seseorang sesuai dengan status kedudukannya dalam masyarakat. Peran member dalam aktivitas ekonomi tidak hanya peran dalam mengatur ekonomi namun juga dapat berkontribusi memperdayakan diri sehingga menghasilkan kepuasan dirinya.

PT. Melia Sehat Sejahtera adalah tempat bagi masyarakat Indonesia yang ingin belajar, berbagi dan berkembang bersama tidak hanya untuk memperoleh hasil berupa bonus, namun dalam pembentukan sebuah karakter kepemimpinan. PT. Melia

³¹ Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers. 2012). h. 212-213

³² *Ibid.*, h. 212.

Sehat Sejahtera sebagai wadah bagi semua orang tanpa harus memiliki latar belakang tertentu. Adapun salah satu peran yang terdapat di PT. Melia Sehat Sejahtera adalah untuk membentuk individu yang mempunyai tujuan yang sama dan mengedepankan ideologi PT. MSS yaitu Sukses Untuk Bersama. Berikut kutipan wawancara kepada Adfan selaku *Leader Nasional Senior* PT. Melia Sehat Sejahtera.

“Di Melia kami tidak hanya mengedepankan soal uang, tapi kami disini diajarkan bagaimana caranya menjadi anak muda berpenghasilan besar yang memiliki akhlak dan moral. Karena kalau cuma mau mencari uang diluaran sana juga banyak yang bisa membayar. Tapi kalau masalah karakter?, Sulit. Bisa di hitung jumlahnya komunitas di Indonesia yang mengarah pada hal positif. Banyak sekali saya punya jaringan anak muda yang bergabung bukan karena keinginan mereka sendiri, tapi orang tua mereka yang mempercayakan anaknya kepada saya untuk bisa dibina karakternya melalui usaha ini”³³

Pernyataan Adfan ini juga didukung oleh pernyataan Joenathan selaku *Leader Nasional Senior* PT. MSS . Bahwa ia mengatakan secara pribadi ia ingin anak-anak muda di Indonesia secara mandiri dan menggali potensi dalam memimpin. Karena kesanalah arahnya kita semua nanti yaitu menjadi para pemimpin bangsa.³⁴ Hal tersebut adanya faktor yang memiliki tujuan bersama, dalam hal berupa kepentingan bersama yaitu ingin sukses dan mensukseskan orang lain. Modal sosial merupakan suatu fondasi penting untuk memperkuat dan mendorong makin peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Oleh karena itu keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan pendidikan nonformal memberikan makna besar bagi kesejahteraan masyarakat. Proses *sosiopreneur* yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung akan

³³ Hasil wawancara dengan Adfan Irawan Selaku LN. Senior PT.MSS pada tanggal 3 Oktober 2016

³⁴ Hasil wawancara dengan Anthony Pradana Joenathan Selaku LN. Senior PT.MSS pada tanggal 7 Oktober 2016.

mempengaruhi sikap dan perilaku anggota dalam interaksi sosial di komunitas tersebut. PT. MSS telah menciptakan banyak anak-anak muda yang mampu memiliki hasil secara mandiri, membanggakan orang tua dengan prestasinya, dan dapat mengembangkan potensinya dalam hal memimpin. Wujud mengembangkan potensi diri individu salah satunya dengan memperbaiki karakter dengan berpikir positif, komitmen, integritas. Berikut kutipan wawancara dengan Adfan selaku Leader Nasional Senior PT.MSS

“Proses untuk menjadi anak-anak muda yang memiliki hasil spektakuler di Melia seperti punya rumah, mobil, jaringan ratusan bahkan ribuan orang di seluruh Indonesia dengan usia yang masih sangat belia itu tidak serta merta terjadi begitu aja. Disaat mereka sedang berproses dan mengikuti segala arahan yang kami kedepankan adalah untuk mengenal diri dan memperbaiki dulu karakternya, maka rezeki akan mengikuti, tapi jika karakter tidak diperbaiki namun sudah bisa menerima hasil besar, maka biasanya hasil itu tidak akan bertahan lama karena karakternya belum bisa mengimbangi dengan apa yang sudah diterima”.³⁵

Dari kutipan wawancara bahwa perbaikan karakter begitu dikedepankan dalam berproses untuk memiliki hasil yang berupa materi. Pengenalan diri adalah mengetahui dan memahami siapa diri kita sebenarnya.³⁶ Konsep diri sangat penting dalam kehidupan karena mempengaruhi tindakan yang dipilih dalam menghadapi berbagai persoalan hidup. PT. MSS telah memberi manfaat yang berarti, terutama dalam usaha membangun perekonomian nasional. Selain itu telah menciptakan lapangan pekerjaan dalam mengatasi pengangguran. Salah satu indikator kemajuan suatu negara dapat dilihat dari adanya usaha mandiri yang dapat berkembang.

³⁵ Hasil wawancara dengan Adfan Irawan Selaku LN. Senior PT.MSS pada tanggal 3 Oktober 2016

³⁶ Yuyus Suryana & Kartib Bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015. h. 74.

Peran yang dilakukan oleh PT. MSS dalam memberikan pengetahuan kepada *member* tentang *mindset* wirausaha. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (*mindset*) seorang wirausahawan (*entrepreneur*).³⁷ Hal ini untuk mempersiapkan para member dalam memulai bisnis baru melalui pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting dalam mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis.

D. Analisis Modal Sosial

Keberadaan PT. Melia Sehat Sejahtera dapat dimaknai sebagai perpaduan potensi dan kemampuan member karena memang dalam proses pembentukan modal sosial harus melibatkan aspek potensi member dalam rangka membangun kemampuan member menjadi lebih baik. Pola edukasi sama halnya pendidikan bagi orang dewasa berhubungan dengan bagaimana mengarahkan diri sendiri untuk bertanya dan mencari jawabannya. Pendidikan orang dewasa mempunyai beberapa definisi tergantung penekanan yang dibuat oleh penyusunannya salah satunya UNESCO mendefinisikan pendidikan orang dewasa menurut Bryson sebagai berikut:

“Pendidikan dewasa adalah semua aktivitas pendidikan yang dilakukan oleh orang dewasa dalam kehidupan sehari-hari yang hanya menggunakan sebagian waktu dan tenaganya untuk mendapatkan tambahan intelektual. Di sini penekanan diberikan pada penggunaan sebagian waktu dan tenaganya(buka seluruh waktu dan tenaga) untuk memperoleh peningkatan intelektualnya.”

³⁷ Retno Budi Lestari, *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE*, Jurnal, Bisnis dan Kewirausahaan, Volume 6, Nomor, 2 Maret 2012, h. 113.

Sementara Reeves, Fansler, dan Houle menyatakan bahwa “*Pendidikan orang dewasa adalah suatu usaha yang ditunjukkan untuk pengembangan diri yang dilakukan oleh individu tanpa paksaan legal tanpa usaha menjadikan bidang utama kegiatannya.*” Poin penting dalam hal ini diberikan pada usaha yang tidak dipaksa dan tidak menjadikan usaha utamanya. Modal sosial lewat pelatihan dan segala kemampuan yang dimiliki member PT. MSS meningkat. Dengan terhimpun potensi dan kemampuan yang lebih besar dalam wadah PT. MSS, maka komunitas ini tidak hanya memiliki kekuatan untuk mengembangkan potensi satu kelompok atau satu kalangan saja, namun juga akan memiliki kekuatan untuk memainkan peranan yang lebih besar dalam memberikan kontribusi kepada semua orang maupun semua kelompok. Seperti anak sekolah, mahasiswa, karyawan, pejabat, dosen, maupun Ibu rumah tangga dan berbagai profesi lainnya dapat terwadahi dalam jaringan PT. MSS.

1. *Excellent Strategy of Network* (ESN) Sebagai Modal Pembinaan

Kegiatan *Excellent Strategy of Network* atau yang biasa disebut ESN merupakan materi yang harus dipahami oleh semua member. Baik yang sudah mencapai leader ataupun member baru. Ibarat pendidikan, maka ESN adalah kurikulum dalam proses kegiatan di PT. MSS. Pada pokoknya, secara garis besar ESN hanya mencakup dua hal, yaitu; Pembinaan dan Perekrutan.

a. Pembinaan.

Dalam proses pembinaan dari member menjadi seorang leader dan memiliki karakter kepemimpinan, tentu ada proses belajar dan pembinaan yang dilalui oleh setiap member. Oleh karena itu di PT. Melia Sehat Sejahtera dibuat berbagai

rangkaian acara pembinaan guna menjalankan visi misi perusahaan agar sukses dapat diraih secara bersama-sama. Rangkaian fasilitas acara dibuat oleh leader-leader yang telah dipercaya untuk memanager jaringan atau *downline* nya. Fasilitator merupakan individu yang membantu sekelompok orang memahami tujuan bersama mereka dan membantu mereka membuat rencana guna mencapai tujuan.

Dalam hal ini fasilitator di PT. Melia Sehat Sejahtera adalah seorang member yang telah memiliki pemahaman yang mendalam tentang menjalankan bisnis pemasaran jaringan di PT. Melia Sehat Sejahtera, serta telah memiliki jaringan atau *downline* dengan jumlah yang cukup besar sehingga perlu membuat wadah-wadah pertemuan untuk mempermudah dalam pembinaan dibawah jaringan dari member tersebut. Adanya member yang telah memiliki kemampuan memimpin dan mampu untuk menjadi seorang fasilitator adalah bagian dari hasil sebuah proses pilar kelima PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu *Group Leader and Support System* ESN. Terdapat tiga kegiatan penting dalam proses pembinaan yaitu:

Pertama; Pertemuan homesharing adalah wadah pertemuan pembelajaran dalam lingkup kecil dan dilakukan dirumah member atau basecamp. Homesharing bisa dibuat ketika sudah memiliki 5 sampai 10 orang member aktif. Pada homesharing ini diberikan dasar-dasar pemahaman menjalankan bisnis PT.MSS, seperti belajar presentasi, mengisi formulir, dan penempatan pohon jaringan. Pertemuan ini juga dijadikan sebagai tempat berkonsultasi untuk masalah yang tengah dialami para member baik itu kesulitan mengajak teman, dan lain sebagainya.

Gambar III.1
Kegiatan Homesharing di Kediaman salah satu member yang ada di Cimanggis



Sumber : Dokumentasi peneliti, Desember 2016

Kedua, pertemuan Workshop yang diadakan oleh para member merupakan sebuah kegiatan pembelajaran yang dilakukan dengan kegiatan ekstra yang menyenangkan dan juga dijadikan ajang liburan bersama dengan serangkaian acara yang membuat solidaritas member semakin menguat dan pemahaman tentang bisnis PT. MSS semakin diperdalam.

Gambar III.2
Kegiatan Workshop, Puncak Bogor



Sumber: Dokumentasi Peneliti, November 2016

Ketiga, *Training* yang diikuti oleh member merupakan wadah pertemuan pembelajaran dalam cakupan yang cukup besar dengan kapasitas minimal 300 member aktif di satu kota. Terdapat dua macam training di PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu New Member Training (NMT) dan National Leader Training (NLT)

1) *New Member Training (NMT)*

Wadah pembelajaran yang dibuat untuk member yang baru bergabung. Dibuat setiap satu bulan sekali selama satu hari yang dikenakan biaya Rp.100.000 per-member.

Gambar III. 3
Kegiatan NMT di Aula Institut Bisnis Nusantara, Jakarta



Dokumentasi peneliti, Oktober 2016

2) *National Leader Training (NLT)*

Wadah pembelajaran yang diselenggarakan untuk para leader yang berkomitmen dari seluruh Indonesia yang diadakan di satu tempat yaitu Yasmin Palace, Puncak, Bogor. Leader yang menciptakan wadah ini hanya satu orang adalah Founder Leader Comitte National Bapak Ir. Roy P Manik. Di agendakan acara ini

adalah satu kali setiap tiga bulan, dan diselenggarakan selama dua hari satu malam yang dikenakan biaya Rp. 600.000 per-leader.

Gambar III.4
Kegiatan NLT di Aula Hotel Yasmin, Bogor



Sumber: Dokumentasi peneliti, September 2016

Keempat; konsolidasi akbar merupakan kegiatan yang mengumpulkan seluruh member dan leader seluruh nusantara dan wajib dihadiri. Acara akbar ini diselenggarakan oleh Anggota DPR RI pemimpin tertinggi di PT. Melia Sehat Sejahtera Bapak Ir. Sukur Nababan. Acara ini biasa dilaksanakan di Istora atau Gelora Bung Karno Senayan Jakarta.

Gambar III. 5
Kegiatan Konsolidasi Akbar di lapangan Tenis Indor, Senayan Jakarta



Sumber : Dokumentasi peneliti, Desember 2016

b. Perekrutan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian rekrutmen adalah pemilihan dan pengangkatan orang untuk mengisi peran tertentu dalam sistem sosial berdasarkan sifat dan status (kedudukan), seperti suku, kelahiran, kedudukan sosial dan prestasi atau kombinasi dari kesemuanya. Begitupun sistem yang ada di PT. MSS bahwa tujuan dari perekrutan adalah untuk mengisi peran sebagai member. Terdapat beberapa kegiatan dalam melakukan perekrutan yaitu;

Pertama; harus ada prospek, yaitu sebuah kegiatan untuk menjelaskan bisnis PT. MSS secara tatap muka *one on one* oleh leader yang sudah bisa menjelaskan dengan calon member yang akan dijelaskan mengenai bisnis PT. MSS yang diundang oleh member dibawah jaringan leader tersebut. Prospek biasa dilakukan dirumah calon member yang akan dijelaskan atau ditempat umum yang kondusif seperti caffe atau restoran cepat saji. Berikut penuturan wawancara dengan seorang senior leader PT. MSS Dwi Anjani mengenai kegiatan prospek :

“Biasanya prospek ini kita lakukan untuk mengundang lagi calon member supaya hadir ke pertemuan, jadi yang dijelaskan ketika prospek tidak terlalu mendetail tapi cuma point-point penting nya aja. Jadi fokusnya ketika prospek itu adalah mengedifikasi kepada calon member mengenai komunitas MSS ini dan memanfaatkan pertemuan untuk penjelasan detailnya, sebab pertemuan akan lebih meyakinkan calon member untuk bergabung dibanding dengan propek one on one”.

Gambar III. 6
Kegiatan prospek di salah satu restoran cepat saji



Sumber: Dokumentasi Peneliti, Desember 2016

Kedua; Homeprospek, merupakan wadah pertemuan omset dimana seorang member yang sudah memiliki 5 sampai 10 orang jaringan atau downline aktif. Membuat acara sosialisasi bisnis PT. MSS kepada orang-orang yang belum mengetahui informasi tentang komunitas bisnis PT.MSS secara persuasif yang dilakukan dirumah member atau basecamp. Kegiatan di homeprospek ini bertujuan mengajak teman yang ingin mengetahui lebih jelas mengenai bisnis PT. MSS. Homeprospek lebih efektif dari pada *one on one* atau *man to man* karena suasana homeprospek lebih menciptakan optimisme dan *positive thinking* tentang bisnis ini, karena dalam homeprospek ini selain dihadiri tamu undangan, dihadiri juga oleh member atau anggota yang sudah bergabung di bisnis ini.

Suasana ini akan membuat tamu undangan akan lebih yakin karena telah melihat sendiri mengenai penjelasan secara detail dan melihat langsung bukti nyata bahwa bisnis ini real dan sudah ada orang yang berhasil. Contohnya dengan diperlihatkan sms notifikasi dari PT. MSS bahwa bonus sudah di transfer, dan kemudian sms tersebut disandingkan dengan buku rekening yang akan membuktikan

bahwa tanggal dan jumlah uang yang di sebutkan dalam sms sama dengan yang mereka terima di buku rekening, atau dengan menunjukan STNK mobil hasil tabungan dari bonus PT.MSS.

Gambar III. 7
Kegiatan Homeprospek di Kediaman salah satu member
yang ada di Beji, Depok



Sumber: Dokumentasi peneliti, Desember 2016

Ketiga; OPP atau Open Plan Presentation, merupakan wadah pertemuan omset yang lebih besar dengan kapasitas minimal 50 member aktif. Membuat acara sosialisasi bisnis PT. MSS kepada orang-orang yang belum mengetahui informasi tentang komunitas bisnis PT.MSS secara persuasif yang dilakukan di kantor atau dengan menyewa aula pertemuan. Pada kegiatan ini semua member PT. MSS diharuskan memakai jas dan berpakaian rapi dan formal.

Gambar III. 8
Kegiatan OPP di Kantor Pusat PT. MSS, Setia Budi Jakarta Selatan



Sumber : Dokumentasi peneliti, Desember 2016

PT. Melia Sehat Sejahtera dalam melaksanakan segala kegiatan pembinaan dan perekrutannya diharapkan dapat menambah serta mengembangkan nilai-nilai silaturahmi, solidaritas, kebersamaan, integritas, berfikir terbuka, berorientasi tindakan, dan motivasi. Nilai silaturahmi dapat terbentuk melalui interaksi dan komunikasi yang saling mendukung, sinergi, kerjasama, berbaik sangka, serta teamwork. Untuk nilai integritas dapat terlihat dari penanaman nilai kejujuran, transparansi, amanah, komitmen, mandiri, tanggung jawab, dan adil. Sedangkan untuk nilai yang berorientasi pada tindakan dapat terlihat dari semangat solutif dan konsisten dari anggotanya, selain itu juga diharapkan anggotanya diharapkan untuk dapat berfikir terbuka dan bertindak positif.

2. Hambatan dalam Proses Sosial

Dari seringnya kegiatan pembinaan dan perekrutan yang dilakukan, yang menjadi problem bagi kebanyakan member adalah; kurang memahami dengan baik tentang sistem insentif di PT. MSS, member merasa gabung di di PT. MSS bukan

passionnya, member tidak bisa hadir dengan alasan sedang sibuk atau cape, member mendapat pengaruh dari luar, member beralasan tidak diizinkan oleh orang tuanya, serta alasan-alasan lainnya. Dari beberapa problem yang dihadapi, hampir semua member ikut bertanggung jawab untuk menyelesaikan secara kolektif. Namun peran kunci dalam penyelesaian berbagai permasalahan adalah Leader atau fasilitator.

Misalnya ketika member kurang memahami sistem intensif di PT. MSS maka seorang Leader melakukan pendekatan khusus, pendekatan tersebut dapat berupa *one on one* agar member benar-benar merasa paham. Atau dengan cara yang berbeda yaitu dengan memberi kesempatan bertanya bagi para member. Kemudian ada member yang tidak bisa hadir dalam pertemuan dengan alasan sibuk atau cape maka seorang leader atau member yang ikut mendampingi leader memberi penjelasan bahwa berbisnis di Melia itu sederhana, memang untuk sekarang kita boleh capek, tetapi kita tidak boleh capek selamanya. Dapat dibilang, bisnis di Melia itu capek di awal tetapi untuk ke depan kita akan mendapat *pasif income* dan kita tidak perlu bekerja lebih capek. Dengan penjelasan seperti itu setidaknya dapat menyadarkan member untuk lebih peka terhadap bisnis yang sekarang ia jalani.

Selain itu, jika member mengalami problem tentang; Melia bukan *passionnya* maka penyelesaian yang akan dilakukan adalah dengan cara melakukan pendekatan personal, intensitas pendekatan personal yang terus menerus dilakukan, dan berusaha membuat member nyaman tanpa ada beban. Terdapat problem lain juga berupa pengaruh dari luar. Kebanyakan problem seperti ini dialami oleh member-member baru, atau member yang mempunyai pemikiran lebih kritis. Dengan pemikiran lebih

kritis maka akan selalu bertanya tentang sistem di melia. Memang jika dilihat secara konseptual, pekerjaan member di PT. MSS lebih cenderung untuk menjalankan pekerjaan bukan untuk menggagas ide-ide kreatif. Model dan cara penyelesaian permasalahan ini adalah mendekati member tersebut dengan member lain yang sesuai dengan karakternya. Dengan begitu, maka member yang berfikir kritis dapat menjadi lebih peka terhadap komunitasnya.

Adapula member yang mendapat problem berupa tidak diizinkan oleh orang tuanya, maka penyelesaian dari masalah ini adalah dengan mengajak Leader dan member yang mendampinginya untuk mengajak bertemu dengan orang tua membernya, seperti yang dikatan Dwi sebagai Leader di daerah Depok; “*coba temuin saya dengan orang tua kamu*”. Dengan penyelesaian permasalahan tersebut, sebagian besar dari yang pernah ada, orang tua biasanya menyambut dengan baik walaupun pada akhirnya tetap ada yang menolak. Akan tetapi hal ini tetap dianggap sebagai penyelesaian masalah yang baik dan sesuai ketentuan PT. MSS.

E. Pengalaman Informan dalam Membangun Modal Sosial

Bagian akhir dari bab dua telah menjelaskan beberapa profil informan dengan inisial yaitu Nurani, Candra Irawan, Anita Aditya, dan Ahmad Tegar Sugianto. Secara sederhana, berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan kelima informan tersebut, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat empat hal penting yang didapat oleh member, yaitu pengalaman training berupa penanaman nilai, proses membangun jaringan (*link*), proses membangun kepercayaan (*trust*), dan beberapa

manfaat yang didapat, terutama manfaat ekonomi, sosial dan mafaat psikologi, yaitu terbentuknya rasa percaya diri yang tinggi, terutama percaya diri dalam memandang perkembangan ekonomi ke depan.

Skema. III.4
Pengalaman Informan



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

F. Implikasi Pembentukan Modal Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dan deskripsi data di atas, maka secara garis besar terdapat beberapa implikasi yang langsung dirasakan oleh para member, yaitu; (1) implikasi sosial-ekonomi, (2) kemandirian berwirausaha, (3) keterikatan member terhadap komunitas dan (4) problematika manajemen waktu yang dihadapi.

1. Implikasi Sosial-ekonomi

Para member yang bergabung dalam kegiatan di PT. MSS mulai dapat merasakan hasilnya ketika *member* sudah mendapatkan mitra barunya. Semakin banyak mitra yang diperoleh maka akan semakin besar pula penghasilan ekonomi yang didapat. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh beberapa narasumber yang telah diwawancarai oleh peneliti. Implikasi sosial-ekonomi adalah skala prioritas utama bagi para member. Walaupun pada akhirnya banyak dari mereka yang perlahan-lahan mulai 'sungkan' untuk mengikuti kegiatan-kegiatannya.

2. Kemandirian Berwirausaha

Beberapa dari mereka yang penelitiwawancarai, baik secara mendalam atau tidak serta berdasarkan hasil pengamatan peneliti, banyak para member yang mengakui bahwa dalam dirinya merasa menjadi mandiri dalam berwirausaha. Kemandirian berwirausaha dapat dikatakan sebagai perilaku yang aktivitasnya diarahkan untuk bertindak sesuai dengan kehendak diri sendiri, mampu mencari solusi dalam memecahkan sesuatu kebutuhan, bebas dalam mengambil keputusan dan berusaha mengembangkan kemampuan diri, mengerjakan sesuatu sesuai kebutuhan, mampu mencari solusi dalam memecahkan suatu masalah.

Kemandirian sebagai suatu karakteristik individu yang mampu mengaktualkan dirinya, sehingga diri individu tersebut dapat mengoptimalkan bakat dan kemampuannya sebaik mungkin.³⁸ Hendro yang dikutip oleh Yuyus Suryana &

³⁸ Nova Madinati. *Womanpreneur sebagai komunitas Sosio-Edukasi Kewirausahaan Bagi Ibu Rumah Tangga*. (Skripsi. Prodi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta. 2016). h. 8.

Kartib Bayu menyatakan bahwa sikap wirausaha yang berhasil memiliki empat unsur penting yaitu:

3. Keterikatan *Member* Terhadap Komunitas

Seorang member merasa memiliki keterikatan batin dengan komunitas membeinya. Keterikatan ini yang bagi sebagian member menjadi memberatkan dalam melakukan aktivitas lain. Karena pada saat-saat tertentu, seorang member harus bertemu dengan member lain tetapi di sisi lain ia harus berangkat kuliah atau kerja yang sudah menjadi aktivitas utama yang harus dilakukannya.

4. Problematika Manajemen Waktu

Problematika ini yang paling menjadi persoalan bagi sebagian besar para member. Banyak dari para member tidak dapat mengatur waktu sehingga banyak dari mereka yang kemudian berhenti menjadi member. Ibarat waktu adalah uang, maka kebanyakan dari member berfikiran bahwa apakah setiap pertemuan yang dilakoni benar-benar dapat menghasilkan uang?, Beberapa narasumber non aktif menyayangkan bahwa waktu dan energinya habis hanya untuk pertemuan-pertemuan yang pada intinya hanya 'itu-itu saja' program dan pembahasan yang di diskusikan adalah sama dari pertemuan-pertemuan sebelumnya. Inilah salah satu implikasi yang paling dirasakan bagi sebagian besar member-member PT. MSS.

G. Kritik Atas PT. Melia Sehat Sejahtera (PT. MSS)

Sistem yang terdapat pada bisnis MLM ternyata tidak memberikan jaminan kehiduapn sosial yang layak. Hal ini terlihat jelas seperti; baik leader dan member

tidak mendapat fasilitas sosial berupa BPJS, Asuransi Kerja, dan berbagai tunjangan kerja lainnya. Seperti apapun tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh member dan leader di lapangan (di lokasi ia mencari calon member baru), PT. MSS tidak memberikan fasilitas apapun, seperti ATK, seragam kerja, tempat di luar gedung perusahaan, dan sejenisnya.

Kondisi perusahaan yang demikian secara sadar memaksa para member dan leader untuk melakukan langkah swadaya agar proses pencarian member dan leader berjalan dengan baik dan benar-benar menghasilkan. Salah satu langkah swadaya yang mereka lakukan berupa iuran untuk menyewa tempat (ruangan atau kamar) yang nantinya dijadikan sebagai *basecamp*, iuran untuk membeli perlengkapan ATK, iuran untuk membeli konsumsi, dan berbagai iuran lain yang terkadang muncul sebagai kebutuhan yang tidak terduga.

Keadaan yang demikian ternyata memaksa member, leader dan semua anggota untuk mengeluarkan modal hingga dua kali lipat. Sementara hasil yang didapat belum tentu dapat memenuhi modal dan menghasilkan upah yang setara dengan hasil kerja kerasnya. Keadaan yang seperti inilah yang seringkali terasa memberatkan bagi para anggotanya. Sehingga banyak diantara mereka yang memilih keluar dari keanggotaan. Maka dari itu, PT. MSS seharusnya memberi bonus yang relatif besar sebagai pengganti dari tunjangan yang harus diberikan kepada anggotanya. Karena memang, orang yang menjadi anggota tidak dikategorikan sebagai karyawan. Maka ia tidak mendapat fasilitas seperti karyawan pada umumnya.

Menurut peneliti, di sinilah yang menjadi kritik dari PT. MSS dalam mengelola para memernya.

H. Ringkasan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat kita ringkas bahwa kegiatan pertemuan yang ada di PT. MSS pada pokoknya hanya mencakup dua hal yaitu pembinaan dan perekrutan. Aspek pembinaan terdiri dari (1) Homesharing; pertemuan para member untuk mengontrol dan mengalolanya serta sebagai ajang tukar pendapat, curhat, problem yang dihadapi dan lain sebagainya (2) Workshop, (3) *Training; National Leader Training* (NLT) yaitu Menciptakan leader-leader baru yang benar-benar melaksanakan ESN 100%. Disini akan diperdalam tentang ESN 100% dan cara prakteknya dengan benar. Adapun *New Member Training* (NMT) yaitu Mengulas bagaimana cara menjalankan [bisnis PT. MSS](#) dengan benar. Memperkenalkan apa itu ESN 100% wajib untuk seluruh member baru. (4) Konsolidasi Akbar Member dan Leader merupakan pertemuan berlevel nasional yang diadakan oleh kantor pusat PT. MSS.

Sementara pada aspek perekrutan terdiri dari (1) prospek, yaitu tugas pokok [member PT. MSS](#) yg nantinya berubah bonus berawal dari prospek-prospek yaitu berbagi informasi mengenai bisnis [MSS](#), menerangkan tentang 5 pilar perusahaan bukan promosi produk. Atau menjelaskan alasan kenapa harus memilih MSS. (2) homeprospek yaitu pertemuan lanjutan setelah adanya prospek dan (3) OPP (Open Plan Presentation) merupakan pertemuan masal antara calon prospek yang

diundang semua member OPP salah satu kewajiban member yang akan mencetak closing secara masal.

Adapun masalah yang paling sering ditemui adalah kurang memahami dengan baik tentang sistem insentif di PT. MSS, member merasa gabung di di PT. MSS bukan *passionnya*, *member* tidak bisa hadir dengan alasan sedang sibuk atau cape, member mendapat pengaruh dari luar, member beralasan tidak diizinkan oleh orang tuanya, serta alasan-alasan lainnya. Dari beberapa problem yang dihadapi, hampir semua member ikut bertanggung jawab untuk menyelesaikan secara kolektif. Namun peran kunci dalam penyelesaian berbagai permasalahan adalah dengan melalui pertemuan antara member dengna Leader atau fasilitator.

Selain itu, terdapat implikasi yang akan langsung didapat para member yaitu dari segi positif member mendapatkan keuntungan berupa masalah sosial dan ekonomi menjadi tertolong. Segi positif kedua berupa memiliki kemampuan atau kemandirian dalam Berwirausaha. Sementara pada sisi negatif memberikan implikasi berupa; keterikatan Member Terhadap Komunitas dan Problematika Manajemen Waktu.

BAB IV

ANALISIS PROSES PEMBENTUKAN MODAL SOSIAL *MEMBER*

DALAM KERANGKA SOSIOLOGIS

A. Pengantar

Bab ini akan membahas suatu analisis tentang pembentukan modal sosial dalam pembinaan jaringan di PT Melia Sehat Sejahtera. Terdapat tiga hal penting dalam pembahasan ini, yaitu bagaimana seorang leader dan member dapat mengembangkan jaringan kepada orang-orang yang ia kenal. Dengan pengembangan jaringan tersebut, apakah memberi keberhasilan (*profit*) bagi leader dan member serta kemudian terus menjadi seorang yang aktif di Melia dan menempatkan Melia sebagai prioritas utama dalam mencari ladang penghidupan. Atau apakah jaringan yang coba dikembangkan oleh member tidak memberi manfaat yang signifikan (tidak berhasil) dalam mencapai tujuan awal yaitu; “Sukses di Melia” sehingga keberadaannya sebagai member menjadi member non-aktif.

Pada pembahasan selanjutnya, peneliti juga akan menganalisis tentang rasa kepercayaan yang coba ditanamkan leader terhadap membernya. Model kepercayaan seperti apa yang coba di tanamkan oleh leader. Selain itu, peneliti juga menganalisis tentang nilai dan norma yang terdapat di lingkungan para member. Bentuk nilai dan norma seperti apa yang ada di dalamnya. Apakah di kemudian hari nilai dan norma tersebut benar-benar menjadi pegangan/acuan bagi member dalam menjalankan bisnis di Melia. Peneliti juga tidak lupa melihat lebih dalam tentang nilai edukasi apa

yang terkandung pada proses pertemuan. Apakah nilai-nilai yang terkandung dapat diimplementasikan bukan hanya di kalangan member atau tidak.

B. Analisis Modal Sosial pada Sistem Perekrutan dan Pembinaan

Istilah modal sosial muncul dari sebuah pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerjasama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi masalah tersebut. Pemikiran seperti inilah yang pada awal abad ke 20 mengilhami seorang pendidik di Amerika Serikat bernama Lyda Judson Hanifan untuk memperkenalkan konsep modal sosial pertama kalinya.³⁹

Menurut Hanifan, dalam modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial.⁴⁰ Jadi pada pembahasannya, modal sosial bukanlah modal dalam arti biasa seperti uang, emas atau harta kekayaan yang berbentuk barang, tetapi cenderung sebagai ungkapan, akan tetapi modal sosial merupakan aset tersirat atau modal tidak nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat.

Bourdieu menjelaskan modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan

³⁹ Rusydi Syahra. *Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi*. Jurnal Masyarakat 2 dan Budaya, Volume 5 No. 1 Tahun 2003. h: 02.

⁴⁰ *Ibid.*, h: 02.

kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui.⁴¹ Maka dari itu, dengan menjadi anggota dari suatu kelompok member atau kelompok orang akan memperoleh dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Selain itu, Bourdieu mengatakan bahwa besarnya modal sosial yang dimiliki seorang anggota dari suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kuantitas maupun kualitas jaringan hubungan yang dapat diciptakannya, serta seberapa besar volume modal ekonomi, budaya dan sosial yang dimiliki oleh setiap orang yang ada dalam jaringan hubungannya.⁴²

Dalam hal ini, leader berperan penting untuk ‘mengerahkan’ semua potensi modal sosial yang ada di dalam dirinya. Hal ini agar leader dapat membangun kepercayaan melalui komunikasi dan sikap yang terus menerus dipelihara terhadap member yang menjadi jaringan bisnisnya. Terdapat nilai dan aturan tertentu dalam membangun kepercayaan seorang member. Dengan rasa percaya yang tinggi, *networking* yang dibangun dapat terus terpelihara. Namun pemeliharaan tersebut harus sesuai dengan norma-norma yang ada di PT Melia Sehat Sejahtera.

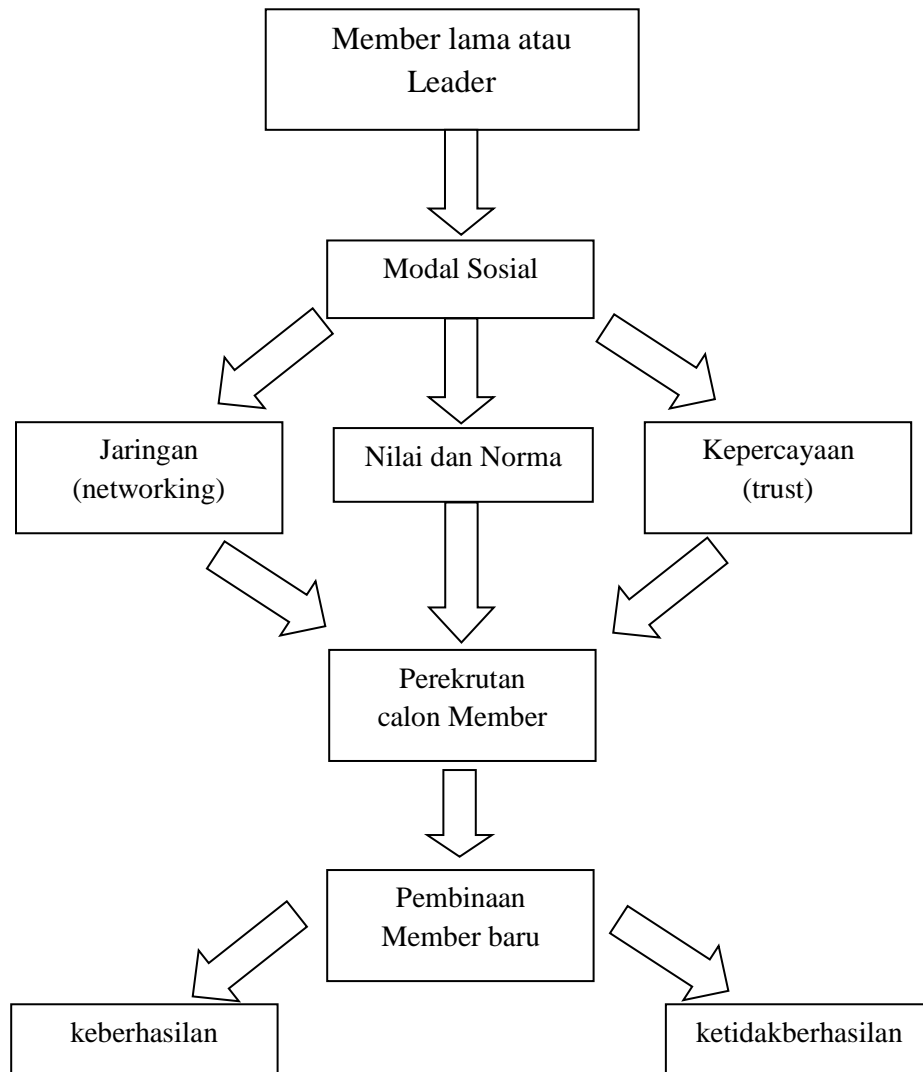
Pemeliharaan yang dilakukan tentu dengan membina para member baru untuk menjadi militan dalam memanfaatkan jaringan. Semakin maksimal memanfaatkan jaringan maka semakin besar pula kesempatan keuntungan yang didapat. Pemeliharaan harus dengan modal sosial, bahwa modal sosial mengandung dimensi level mikro, yang terletak di berbagai dunia kehidupan yang menciptakan biografi

⁴¹ Pierre Bourdieu, [1983](1986) “The Forms of Capital”, dalam J. Richardson, ed. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. (Westport, CT: Greenwood Press), h: 249

⁴² *Ibid.*, h: 249.

individu. Satu contoh sukses adalah bagaimana ragam modal sosial yang berbeda bisa menjadi penting pada waktu berbeda dalam kehidupan individu.⁴³

Skema IV. 1
Jaringan kerja Member dalam konteks Modal Sosial



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

⁴³ John Field. *Modal Sosial*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2011), h: 112.

1. Pemanfaatan Jaringan: Keberhasilan dan Ketidakberhasilan

Komunikasi dan interaksi adalah kebutuhan primer bagi setiap manusia. Interaksi sebagai Media Pertukaran Informasi Jaringan Sosial. Bagi mereka, komunikasi dan interaksi menjadi salah satu hal penting dalam berbisnis karena melalui komunikasi dan interaksi mereka dapat melakukan pertukaran informasi dan menginternalisasikan nilai dan norma. Interaksi dan komunikasi akan menghasilkan ikatan-ikatan sosial yang dapat menguatkan kerjasama.

Dalam konteks ini, penelitimelihat bahwa terdapat pertemanan pada Jaringan Sosial diantara para member. Seseorang memanfaatkan hubungan kekerabatan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya termasuk juga di dalamnya pemenuhan kebutuhan akan lapangan pekerjaan. Hal ini disebabkan karena dalam kehidupan sosialnya, lingkungan kekerabatan merupakan lingkungan yang pertama kali dimasuki dan dikenal seseorang.

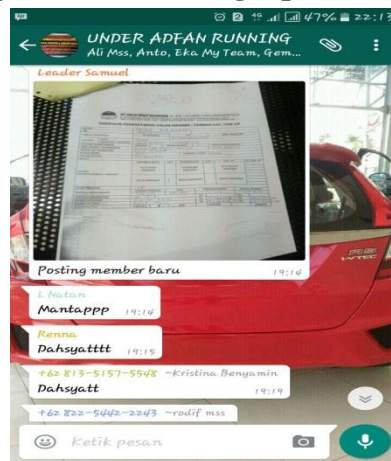
Pada proses perkembangannya, member baru mengembangkan hubungan-hubungan sosial lainnya karena mulai mengenal dan memasuki lingkungan baru selain lingkungan keluarga dan peserta lainnya maupun melalui pergaulan lingkungan yang lebih luas. Pergaulan tersebut dilakukan dengan memanfaatkan hubungan pertemanan dan hubungan kerjasama untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya yang salah satunya adalah kebutuhan akan *profit* ekonomi sebagai skala orientasi setiap orang.

Proses member dalam melakukan interaksi yang lebih intensif dalam pergaulan adalah inti dari jaringan sosial. Jaringan pergaulan ini merupakan potensi

pemenuhan keuntungan sehingga menjadi satuan modal yang memiliki sifat-sifat kelompok (totalitas, rasa solid yang tinggi, kepercayaan, dan kerjasama). Informasi mengenai kebutuhan untuk meraih penghasilan merupakan sesuatu yang penting bagi setiap orang dalam pemenuhan kebutuhan kerja. Hal ini disebabkan karena informasi yang didapat melalui jaringan sosial menjadi acuan bagi para member untuk merekrut calon member dan membina para member, baik member baru maupun member lama.

Salah satu bentuk pergaulan dari hubungan sosial adalah dengan adanya interaksi yang dilakukan oleh fasilitator yang menjadi member. Jaringan sosial merupakan suatu jaringan komunikasi di mana di dalamnya mengalir berbagai informasi dari satu pihak ke pihak lainnya sehingga menjadi pertukaran informasi yang saling menguntungkan. Peneliti melihat adanya pembentukan wadah pertukaran informasi diantara member melalui media sosial. Peran media sosial menjadi kebutuhan prioritas dalam setiap interaksi.

Gambar: IV.1
Grup WA, salah satu grup sosial media



Sumber: Grup Whatsapp member, 2017

Grup Whatsapp (WA) sebagai salah satu media sosial dibuat dan digunakan oleh para member untuk saling memberikan informasi yang bermanfaat yang mendukung usaha mereka agar berkembang. Namun terkadang grup WA juga digunakan sebagai wadah untuk melepas ‘penat’ ketika bisnis yang dijalankan sedikit mengalami ‘kemandekan’. Melepas ‘penat’ tersebut dengan cara melakukan canda-tawa yang bersifat menghibur. Namun, hubungan interaksi dan hubungan kemitraan dalam media sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang tetap dijaga kelestariannya oleh para member.

Selain itu, dalam pengamatan peneliti, diantara mereka yang memanfaatkan grup WA dapat memperluas jaringan dalam berwirausaha. Serta tidak menutup kemungkinan untuk menambah informasi lain tentang celah dan potensi lain dalam berbisnis. Jadi, grup WA pada jaringan diantara member ini dapat memberi kebermanfaatan-kebermanfaatan lain yang dalam praktiknya memberi keuntungan secara psikologis, sosial dan hubungan ekonomi, terutama dari berbagai sumber ekonomi yang berbeda. Bukan hanya pertukaran informasi mengenai bisnis di PT. MSS saja.

Pada pemanfaatan yang lain, mereka membentuk suatu pola hubungan sosial tertentu yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan akan kebutuhan ekonomi. Jaringan sosial yang dibentuk karena pemanfaatan hubungan pertemanan dan hubungan kerjasama. Jaringan sosial tersebut terbentuk yang pada fungsinya dimanfaatkan untuk membuat strategi bagaimana menambah paket atau menambah member baru. Serta difungsikan untuk membuat strategi kolektif dalam membina

para membeinya dan untuk menentukan berbagai jenis pertemuan berikut dengan waktu dan kegiatannya.

Dilihat dari kebutuhan setiap manusia, jaringan sosial ini terbentuk karena masing-masing orang membutuhkan orang lainya untuk memenuhi kebutuhannya yang dalam hal ini adalah kebutuhan mensejahterahkan dirinya dan orang lain. Hubungan saling membutuhkan diantara mereka ini terjadi karena setiap manusia memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Misal bahwa kelebihan yang dimiliki seorang A dapat menjadi sumber daya tertentu untuk memenuhi kebutuhan seorang B. Begitupun dalam jaringan sosial yang lebih luas, maka setiap orang akan membutuhkan satu sama lain.

Selain itu, hubungan ini akan mempengaruhi bentuk jaringan sosial lain dan bentuk interaksi-interasi yang terjadi diantara mereka yang terlibat dalam jaringan sosial tersebut. Dalam hal ini berarti hubungan pergaulan ini memungkinkan seseorang untuk menghubungkan dengan orang lain yang mempunyai relasi atau koneksi dalam rangka mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan. Dalam hubungan pergaulann ini terdapat rasa saling percaya dari pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Selain itu, hubungan pergaulan ini bersifat timbal-balik yang seimbang. Hal-hal inilah yang memungkinkan hubungan pergaulan dapat terus berlanjut dalam jangka yang tidak ditentukan.

Hubungan pergaulan yang dijalani dengan baik dapat menciptakan situasi sosial yang relatif terbuka. Implikasinya bahwa dimana setiap orang yang tergabung dalam jaringan sosial dapat saling berkolaborasi bagi yang lainya dalam rangka untuk

memperluas ruang gerak sosial mereka. Menurut Damsar, “Jaringan sosial memiliki 3 fungsi, yaitu pelicin, jembatan, dan perekat”.⁴⁴ Mengandung arti jaringan sosial sebagai pelicin adalah jaringan sosial memberikan berbagai kemudahan dalam mengakses member yang tergabung pada jaringan sosial. begraul dalam bentuk kerjasama. Jaringan sosial sebagai jembatan, maksudnya adalah jaringan sosial dapat memberi keumdahan hubungan antara pihak satu dengan pihak lain. Sedangkan arti jaringan sosial sebagi perekat yaitu jaringan sosial antar individu memberikan tatanan nilai, norma dan makna pada setiap sikap yang dimunculkan.

Berdasarkan penjelasan ketiga fungsi tersebut, menegaskan bahwa jaringan sosial akan memberi keuntungan lebih banyak dari yang kita harapkan dan keuntungan lain yang mungkin tidak kita bayangkan sebelumnya. Keuntungan tersbut menjadi kebermanfaatan dalam bentuk lain, misalnya saluran pendidikan (misal saling bertukar tentang informasi beasiswa atau persyaratan masuk universitas unggulan, informasi lowongan kerja dan lain sebagainya), saluran keagamaan, saluran biro jodoh diantara anggota member, dan berbagai saluran dalam bidang lainnya.

Selain itu, masih dalam penjelasannya Damsar menjelaskan bahwa, ”tindakan ekonomi adalah setiap usaha manusia yang dilandasi oleh pilihan yang paling baik dan paling menguntungkan”.⁴⁵ Maksudnya bahwa jaringan sosial member dalam keterlekatan perilaku ekonomi dan hubungan sosial dapat dijelaskan melalui jaringan sosial yang terjadi dalam kehidupan ekonomi. Sehingga jaringan sosial merupakan

⁴⁴ Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana. 2011), h. 65.

⁴⁵ *Ibid.*, hal.144.

bagian dari *puzzle-puzzle* hubungan sosial di antara sejumlah orang dengan tingkah laku sosial dari seseorang yang ada di dalamnya. Jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera yang terlibat pada member ini mempunyai jaringan berdasarkan kebutuhan yang memberi keuntungan bagi usahanya atau tercipta dengan sendirinya karena adanya hubungan dan tujuan sama yang saling memberi keuntungan.

Apa yang dilakukan member dalam berwirausaha dapat digambarkan dan dijelaskan tentang berbagai hubungan interaksi yang terjadi didalam membangun usaha dengan modal usaha yang ada seperti modal sosial. Modal sosial sendiri merupakan salah satu modal yang menunjuk pada nilai dan norma yang disepakati bersama dan dijalankan oleh semua anggota masyarakat. Baik dalam kehidupan sehari-hari yang langsung memberi pengaruh tertentu maupun secara tidak langsung memberi pengaruh terhadap kualitas hidup dan berlangsung dalam sebuah komunitas masyarakat.

Untuk menjadi pelaku dalam menjalankan bisnis di PT Melia Sehat Sejahtera, peranan kepemilikan modal adalah sangat penting dalam membangun dan mengembangkan bisnisnya. Maka dari itu, *skill* memanfaatkan modal sosial ini sangat dibutuhkan dalam berbisnis. Hal ini demi membangun menjaga citra baik dari berbagai latar belakang member yang berbeda, terutama pada dari berbagai calon member.

Pada penjelasan jaringan sosial ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat beberapa poin penting dalam jaringan sosial di PT. Melia Sehat Sejahtera, diantaranya yaitu; *pertama*, jaringan sosial di PT. Melia Sehat Sejahtera mempunyai

kemampuan terhadap member untuk memerlukan pekerjaan sebagai mata pencaharian atau setidaknya mempunyai fungsi yang bersifat mendasar untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi membernya. *Kedua*, jaringan sosial dapat menjadi saluran dalam mengembangkan keterampilan dasar, terutama keterampilan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta dapat memupuk jiwa berbisnis seorang member. *Ketiga*, Jaringan sosial yang tergabung dalam grup WA berfungsi sebagai mobilitas sosial dalam upaya melaksanakan sistem perekrutan dan pembinaan yang terus-menerus. *Keempat*, para anggota member diharapkan dapat saling menjaga keberlangsungan silaturahmi yang telah terjalin.

2. Proses Membangun Kepercayaan (*trust*) kepada *Member*

Modal sosial pada awalnya bersumber dari rasa percaya (*trust*) pada setiap orang yang melakukan interaksi sosial. Dalam konteks sosiologis, modal sosial memperlihatkan relasi sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Pengamatan yang dilakukan oleh George Simmel mengenai pengidentifikasian dan penganalisaan bentuk-bentuk yang berulang atau pola sosiasi. Sosiasi yang secara sederhana mengandung arti bahwa proses di mana masyarakat itu terjadi yang meliputi interaksi timbal balik. Melalui proses ini individu saling berhubungan dan saling mempengaruhi yang memunculkan sebuah pola kehidupan dalam masyarakat.⁴⁶

Sebuah lembaga dalam praktiknya dapat dibagi menjadi dua, yakni lembaga yang mengejar keuntungan (*profit*) dan lembaga nirlaba. Pada umumnya lembaga

⁴⁶ Doyle Paul Johnson. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1994). h: 257.

yang mengejar *profit* termasuk dalam kategori usaha bisnis seperti Perseroan Terbatas (PT), CV atau usaha dagang, kelompok UMKM dan lain sebagainya, sehingga ukuran keberhasilannya berdasarkan besarnya *profit* yang diperoleh. Semakin besar profit itu diraih maka semakin sukses/berhasil pula lembaga bisnis tersebut. Dalam hal ini pun demikian, PT Melia Sehat Sejahtera merupakan lembaga resmi ekonomi yang orientasinya mengejar profit sebanyak-banyaknya dengan strategi membentuk mitra bisnis secara kolektif. Berbeda dengan lembaga profit lainnya yang sistem kerjanya terbatas pada prodaktor, distributor dan konsumen.

PT. Melia Sehat Sejahtera (PT. MSS) mengedepankan sistem Multi Level Marketing (MLM). Yang pada proses awalnya membangun *trust* kepada calon membernya (mitra kerja). Dalam hal ini, Kekhawatiran terhadap misi usaha bisnis yang hanya mengejar *maksimum profit* menyebabkan perlulah memasukkan unsur-unsur modal sosial dalam *memanage* sebuah perusahaan. Dalam beberapa jurnal dijelaskan bahwa, secara umum, orientasi bisnis terbagi menjadi dua yaitu tujuan ekonomi dan tujuan sosial. Kemudian dalam rinciannya terdapat beberapa tujuan bisnis yaitu;⁴⁷

- a. *Profit* (keuntungan): berbisnis untuk memperoleh laba.
- b. *Growth* (pertumbuhan): berbisnis untuk pertumbuhan ekonomi.
- c. *Continuity* (berkesinambungan): berbisnis dengan tujuan kontinu.
- d. *Stability* (stabilitas): berbisnis untuk kestabilan keuangan.

⁴⁷ pertemuan-01-ruang-lingkup-bisnis. Pdf. (diunduh: Selasa, 24 Februari 2017 pukul: 07.25)

- e. *Public service* (pelayanan umum): berbisnis untuk membuka pelayanan umum (jasa).
- f. *Welfare* (sejahtera): berbisnis untuk kesejahteraan.

Untuk mencapai tujuan-tujuan di atas, PT. Melia Sehat Sejahtera melakukan sistem mitra kerja dengan istilah “*leader*” dan “*member*”. Pada prosesnya, pertama mitra adalah seorang calon member, kemudian bergabung menjadi member dan jika sudah relatif lama dan mampu merekrut orang lain menjadi member, maka ia akan menjadi leader. Sebentar atau lamanya ia menjadi leader bergantung pada seberapa banyak orang yang ia rekrut. Semakin banyak orang ia rekrut maka semakin cepat ia menjadi leader, dan jika sedikit orang yang ia rekrut maka dalam jangka yang relatif lama ia menjadi leader.

Dalam hal ini, leader yang bertanggung jawab untuk merekrut calon member dan membina para member yang lain. Namun pada substansinya, antara leader dan member mempunyai tanggung jawab yang sama yaitu saling menjaga hubungan mitra yang baik agar terjadi kesinambungan yang terus-menerus terpelihara dan ini merupakan kerja bersama yang mementingkan keuntungan bersama pula. Maka dari itu, berkaitan dengan usaha leader membangun kepercayaan terhadap member, perlu dilakukan satu hal yang paling penting yaitu;. Membangun kepercayaan melalui komunikasi

Keakraban dalam hubungan kerja menjadi hal paling mendasar yang harus direalisasikan. Terdapat istilah “*tak kenal maka tak sayang*”, maka, seorang leader

hendaknya selalu membuka diri terhadap hubungan pergaulan diantara membernya. Interaksi sosial yang dilakukan secara intens dapat menumbuhkan keakraban yang pada akhirnya ia menjadi yakin akan rasa damai dalam pergaulannya dan kemudian menumbuhkan *trust* pada pada diri member.

Menurut Gillin dan Gillin (1954) bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial (yang juga dapat dinamakan proses sosial) karena interaksi merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu, interaksi sosial dimulai pada saat itu.⁴⁸ Inilah awal dimulainya interaksi sosial.

Interaksi sosial mengandung makna tentang kontak secara timbal balik atau inter-stimulasi dan respon antara individu-individu, individu-kelompok dan kelompok-kelompok, yang dalam hal ini antara member dengan member serta antara leader dengan member. Alvin dan Helen Gouldner (1980) menjelaskan interaksi sosial sebagai aksi dan reaksi diantara orang-orang.⁴⁹ Dengan demikian, terjadinya interaksi apabila satu individu berbuat sedemikian rupa sehingga menimbulkan reaksi dari individu-individu lainnya.

Interaksi yang dilakukan bukan hanya terbatas pada pertemuan prospek, *homeprospek* atau *home sharing*, OPP atau pada konsolidasi akbar tetapi komunikasi

⁴⁸ Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010), h: 55.

⁴⁹ Soleman L. Taneko. *Struktur dan Proses Sosial: Suatu pengantar Sosiologi pembangunan*. (Jakarta: Rajawali. 1984), h: 110.

tersebut dilakukan ketika tidak dalam acara pertemuan. Keberadaan sosial media sangat penting dalam melakukan komunikasi, karena tanpa pertemuan kontak sosial akan tetap berjalan lancar. Menurut Koentjaraningrat, kontak pada dasarnya merupakan aksi dari individu atau kelompok dan mempunyai makna bagi pelakunya, yang kemudian ditangkap oleh individu atau kelompok lain. penangkapan makna tersebut yang menjadi pangkal tolak untuk memberikan reaksi.⁵⁰

Kontak dapat terjadi secara langsung, yaitu melalui gerak fisik organisme (*action of physical organism*). Misalnya melalui pembicaraan, dan dapat pula secara tidak langsung, misalnya melalui tulisan atau bentuk-bentuk lain dari komunikasi jarak jauh. Kontak antar individu tidak saja terjadi pada jarak yang dekat misalnya dengan berhadapan muka, juga tidak hanya pada jarak sejauh kemampuan pancaindera manusia, tetapi alat-alat kebudayaan manusia mengizinkan individu-individu berkontak pada jarak yang amat jauh.

Adapun komunikasi muncul setelah kontak berlangsung. Berlangsungnya kontak belum tentu telah ada komunikasi, oleh karena komunikasi itu timbul apabila seseorang individu memberikan tafsiran tadi, lalu seseorang tersebut mewujudkan dengan berperilaku, dimana perilaku tersebut merupakan reaksi dari perasaan yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Manusia tidak bisa lepas dari komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang dapat bergaul dengan dirinya sendiri, dapat menafsirkan makna dan simbol, obyek-obyek di dalam kesadarannya,

⁵⁰ *Ibid.*, h: 111.

mempunyai nalar untuk berfikir dan memutuskan bagaimana ia bertindak secara berarti sesuai dengan penafsiran yang ia temukan.

Berdasarkan penjelasan di atas kita dapat menyimpulkan bahwa keakraban dan kepercayaan (*trust*) dapat dibangun dengan menjalin komunikasi yang baik dan saling menjaga. Orang yang berkomunikasi akan terpengaruh oleh yang memberi informasi. Besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan bergantung dari seberapa intensifkah komunikasi itu berlangsung. Seberapa dalam pembahasan yang dibicarakan dapat mengena dan implikasi positif kepada para pendengar. Inilah modal yang harus dimiliki mitra (baik leader dan member) dalam berkarir di PT. Melia Sehat Sejahtera.

3. ESN Sebagai Norma Merekrut dan Membina

Terdapat beberapa peraturan yang harus diikuti bagi setiap member dan leader dalam menjalankan bisnis di PT. Melia Sehat Sejahtera. Peraturan-peraturan tersebut dikemas dalam satu paket yang disebut dengan ESN atau singkatan dari *System Excellent of Network*. ESN merupakan bagian dari karakter *Leader* dan *Support System* PT. Melia Sehat Sejahtera. Dengan memperhatikan karakter PT. Melia Sehat Sejahtera, yang berkedudukan mempunyai jaringan dan bersifat independen, maka terdapat lima karakter *Leader* dan *Support System*, yaitu;

1. *Grup leader* yang cerdas, jujur, berkomitmen, memiliki integritas serta motivasi untuk membangun jaringan yang sukses. Dua downline kanan dan kiri berhasil disukseskan olehnya, maka dia sendiri otomatis memperoleh kesuksesan dari keduanya.

2. Grup leader tidak akan mengorbankan jaringan dengan alasan apapun dan akan selalu membela kepentingan jaringan.
3. Grup leader menciptakan support system yang dikenal dengan istilah *Excellent Strategy of Network*.
4. *Excellent Strategy of Network* merupakan terobosan di dalam sistem pembelajaran bisnis MLM dengan transparan, tidak hanya memberikan motivasi yang tidak realistis, tetapi memberikan resepnya berdasarkan pengalaman dan kesaksian
5. ESN menjadi platform seluruh distributor PT. Mellia Sehat Sejahtera dalam melakukan duplikasi dan model pengembangan jaringannya dalam mengembangkan diri serta seluruh member perusahaan.

Selain itu, terdapat ESN yang menjadi rujukan para member untuk menjalankan berbagai pertemuan, yaitu ESN 100% meliputi :

1. Prospek

Ini adalah tugas pokok member PT. Mellia Sehat Sejahtera yang nantinya berubah bonus berawal dari prospek-prospek yaitu berbagi informasi mengenai bisnis MSS, menerangkan tentang 5 pilar perusahaan bukan promosi produk. Atau menjelaskan alasan kenapa harus memilih MSS.

2. *Home Prospek dan Home Sharing*

Kedua pertemuan ini harus segera diadakan di dalam jaringan anda, karena inilah yang menjadi percepatan berkembangnya jaringan anda.

3. OPP (*Open plan presentation*)

OPP adalah pertemuan masal antara calon prospek yang diundang semua member. OPP salah satu kewajiban member yang akan mencetak *closing* secara masal.

4. *Training*

Sebuah pembelajaran buat seluruh member PT. Melia Sehat Sejahtera wajib juga untuk di ikuti training terdiri dari:

- a. NMT (*New Member Training*): Mengulas bagaimana cara menjalankan bisnis MSS dengan benar. Memperkenalkan apa itu ESN 100% wajib utk seluruh member baru.
- b. NLT (*New Leader Training*): Menciptakan leader-leader baru yang benar-benar melaksanakan ESN 100%. Disini akan diperdalam tentang ESN 100% dan cara prakteknya dengan benar.
- c. PLT (*Profesional Leader Training*): Penciptaan leader yang profesional, komitmen, berkarakter sebagai pemimpin yang positif. Mengajarkan lebih dalam mengenai karakter yang baik sebagai leader.
- d. TOT (*Training Of Trainer*): Hanya yang terpilih saja yang bisa mengikuti training ini. Training untuk menciptakan pembicara-pembicara handal dan profesional.

C. Modal Sosial: Basis Seorang Member

Kekuatan paling inti dari bertahannya proses bisnis MLM adalah (*pertama*) modal sosial yang harus dimiliki seorang member. Seperti wawancara peneliti dengan Pak Asep Suryana, Dosen UNJ dan sebagai pemerhati Bisnis MLM, beliau mengatakan:⁵¹ “*Jadi, pada intinya jaringan (member) itu tergantung dari social ability itu, bukan pada anggota. Kalo social ability levelnya individu. Orang per orang. Kalo social ability itu dididik lewat keluarga. Jadi, keluarga itu sebagai suatu skema, panduan dalam bertindak*”. *Skill ability* menjadi modal sosial yang harus dikedepankan bagi seorang member.

Kemudian dalam prosesnya, seorang member mulai mengaplikasikan *skill social ability*-nya. Mula-mula melalui orang-orang terdekat, sanak saudara, teman sepermainan, tetangga, teman kerja, hingga sampai ke jaringan luas. Untuk mendekati dan mengajak member baru menjadi anggota, maka seorang member lama harus mengaplikasikan *skill social ability*-nya. Ia harus dapat menunjukkan cara berbicaranya yang sistematis dan terarah, intonasi kalimat, pengaturan nafas dalam berbicara, gerakan badan dan lain sebagainya. Maka dengan cara yang demikian, calon member baru akan merasa nyaman dan pelan-pelan tersugesti untuk menjadi anggota member baru. Walaupun memang, seorang member mempunyai kemungkinan 50 persen untuk bergabung menjadi member baru dan 50 persen untuk tidak bergabung menjadi member.

⁵¹ Wawancara dengan Asep Suryana, seorang Dosen Sosiologi UNJ dan Pengamat Ekonomi (Selasa, 6 Juni 2017)

Proses selanjutnya (*kedua*) adalah jaringan sosial. Jaringan sosial mempunyai peran penting dalam proses bisnis MLM. Hal ini seperti wawancara yang dengan Pak Asep menjelaskan bahwa;⁵²

“MLM tidak melewati pasar konvensional. Nah iya menggantikan mekanisme pasar dengan pasar lawas sistem jaringan antar orang dengan antar orang itu biasanya berbasis pada hubungan kenalan na hubungan jaringan na hubungan jaringan itu didasarkan pada Biasanya pada kekerabatan dengan kerabat yang luas dia bisa kenalan atau hubungan kenalan dengan kerabat yang luar dia bisa Apa hubungan pertemanan atau dia memanfaatkan jaringan yang dimiliki saudaranya atau oleh temannya jadi dalam MLM itu, sosiologi melihat mekanisme dalam jaringan itu kekuatannya sekaligus kelemahannya karena kalau jaringan itu tidak luas tidak menjangkau suatu kelompok yang belum tentu tidak bisa masuk dan tidak semua orang tidak bisa memakai jaringan itu mengakses semua itu kadang-kadang dia tidak mengandalkan iklan dan lain sebagainya”.

Selain itu, jika kita analisis dalam konteks sosio-historis, munculnya pasar MLM adalah dalam rangka mengisi celah-celah yang belum terisi pada *market place*.

Dalam kajian ilmu sosiologi, terdapat dua istilah yaitu *market* dan *market place*. Jika *market* masih mengandung makna yang abstrak, sementara *market place* dapat kita ambil contoh seperti Pasar Tanah Abang, Pasar Sunan Giri dan pasar-pasar lain yang terdapat penjual dan pembeli berkumpul dalam satu tempat sehingga terjadilah proses tawar-menawar. Celah kosong yang terdapat pada *market place* adalah sisi personal dari proses jual beli.

Modal dari implementasi sisi personal adalah kepercayaan (*trust*). Proses penanaman kepercayaan ini berupa pengidentifikasian dan menanamkan “mitos-mitos” kesuksesan dari beberapa member yang sudah sukses. Hal ini seperti yang

⁵² *Ibid.*, wawancara Pak Asep.

dijelaskan Pak Asep dalam wawancaranya bahwa; *biasanya sistem jaringan itu dilaksanakan dibuat mitos dikisahkan seorang member dikisahkan diceritakan sampai di Moto sekan karena itu sebenarnya sebagai penarik. Apalagi penariknya itu biasanya ditujukan bagi dua kelompok.* Kepercayaan dan pengidentifikasian ternyata menjadi hal paling berhasil untuk menumbuhkan motivasi dan semangat member agar menjadi militan dalam berbisnis di PT. MSS.

Maka dari itu, peran seorang member untuk mencapai keberhasilan sangat ditentukan oleh perilaku individu itu sendiri. Semakin individu tersebut mampu mengembangkan potensi diri maka semakin dekat dengan keberhasilan. Perlu disimpulkan lagi bahwa faktor individu mencakup; *social ability*, jaringan sosial dan kepercayaan, yang kesemuanya itu di implementasikan dalam pertemuan-pertemuan dengan para member dan calon member baru.

Adapun faktor individu tersebut dapat berkembang dan menjadi lebih baik. misalnya seorang member yang awalnya hanya sebagai member biasa akan menjadi tinggi posisinya dan stratifikasinya naik jika ia terus berusaha. Adapun stratifikasi yang terdapat di PT. MSS yaitu:

Skema IV.2
Stratifikasi Anggota PT. Melia Sehat Sejahtera



Analisis peneliti, Juli 2017

D. Nilai Edukasi yang Terkandung dalam Proses Pembinaan dan Perekrutan

Konsep nilai “semangat kerja keras” juga terlihat pada pertemuan antara member dengan leader yang bergabung di Melia Sehat Sejahtera. Diantaranya adalah bahwa member yang menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera membangun kepercayaan 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 tersebut adalah 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 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.

Terdapat pula nilai-nilai yang secara tidak langsung ditanamkan kepada member adalah rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, berorientasi ke masa depan, ketidaktergantungan, hidup mandiri dan optimisme, kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad dan kerja keras, inisiatif, kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan, dapat berperilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik, inovatif dan kreatif serta fleksibel, dan memiliki pandangan ke depan. Nilai-nilai ini merupakan nilai edukasi yang secara tidak langsung terkandung dalam proses pembinaan.

Selain itu, peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses pembelajaran yang terjadi di dalam cara kerja PT. MSS berupa proses belajar diskusi. Hal ini dapat kita lihat dari berbagai macam bentuk pertemuan. Adapun bentuk pertemuan yang ada berupa; *ngumpul-ngumpul* membahas perkembangan jaringan, setiap anggota yang hadir mendapat kesempatan untuk mengemukakan pendapat dan di acara peretemuan inilah proses diskusi akan berlangsung bebas dan terarah tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.

Proses pembelajaran lain yang ada di PT. MSS berupa pembelajaran melalui internet. Bagi para member yang jauh dari rekan kerjanya, dan tidak ada *partner*-nya maka salah satu pembelajaran yang dilakukan adalah dengan melalui video yang ada di internet. Video tersebut akan menampilkan berbagai cara dalam merekrut dan menjaring calon member baru untuk bergabung. Setelah menyimak dan mengetahui betul cara kerja yang terdapat pada video tersebut maka leader dan member tersebut dapat mengaplikasikannya. Jadi video internet hanya sebagai sarana awal dalam proses pembelajaran untuk mengembangkan bisnis ini.

E. Ringkasan

Pembahasan di atas dapat kita ringkas menjadi empat poin yaitu; *pertama*, bahwa seorang leader dan member dapat mengembangkan jaringan orang-orang terdekat yang ia kenal. Dengan pengembangan jaringan tersebut, leader dan member mempunyai peluang untuk berhasil dan mendapatkan keuntungan (*profit*).

Kedua, rasa kepercayaan dapat terbangun dengan adanya pergaulan yang akrab (keakraban). Pertama-tama keakraban dapat dibangun dengan menjalin komunikasi yang baik dan saling menjaga. Orang yang berkomunikasi akan terpengaruh oleh yang memberi informasi. Besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan bergantung dari seberapa intensifkah komunikasi itu berlangsung. Seberapa dalam pembahasan yang dibicarakan dapat mengenai kepada para pendengar. Inilah modal yang harus dimiliki mitra (baik leader dan member) dalam berkarir di PT. Melia Sehat Sejahtera.

Ketiga, jaringan sosial dapat menjadi saluran dalam mengembangkan keterampilan dasar, terutama keterampilan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta dapat memupuk jiwa berbisnis seorang member. Selain itu, jaringan sosial yang tergabung dalam sosial media seperti 'grup WA' dapat berfungsi sebagai mobilitas sosial dalam upaya melaksanakan sistem perekrutan dan pembinaan yang terus-menerus. Serta untuk menjaga jaringan tersebut, para anggota member diharapkan dapat saling menjaga keberlangsungan silaturahmi yang telah terjalin.

Keempat, secara tidak langsung, orang yang terlibat dalam bisnis di PT. MSS mendapat pelajaran tersendiri tentang sikap mandiri dan kerja keras. 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 penting yang perlu ditiru. Ada juga member yang menjadikan pengalaman sebagai nilai yang berharga untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pola pembentukan yang ada di PT. MSS adalah melalui berbagai pertemuan. Berbagai pertemuan yang dilakukan pada pokoknya hanya mencakup dua hal yaitu pembinaan dan perekrutan. Aspek pembinaan terdiri dari (1) *Homesharing*; pertemuan para member untuk mengontrol dan mengalolanya serta seagai ajang tukar pendapat, curhat, problem yang dihadapi dan lain sebagainya (2) *Workshop*, (3) Training; National Leader Training (NLT) yaitu Menciptakan leader-leader baru yang benar-benar melaksanakan ESN 100%. Disini akan diperdalam tentang ESN 100% dan cara prakteknya dengan benar. Adapun *New Member Training* (NMT) yaitu Mengulas bagaimana cara menjalankan bisnis PT. MSS dengan benar. Memperkenalkan apa itu ESN 100% wajib untuk seluruh member baru. (4) Konsolidasi Akbar Member dan Leader merupakan pertemuan berlevel nasional yang diadakan oleh kantor pusat PT. MSS.

Sementara pada aspek perekrutan terdiri dari (1) prospek, yaitu tugas pokok member PT. MSS yg nantinya berubah bonus berawal dari prospek-prospek yaitu berbagi informasi mengenai bisnis MSS, menerangkan tentang 5 pilar perusahaan bukan promosi produk. Atau menjelaskan alasan kenapa harus memilih MSS. (2) *homeprospek* yaitu pertemuan lanjutan setelah adanya prospek dan (3) OPP (*Open*

Plan Presentation) merupakan pertemuan masal antara calon prospek yang diundang semua member OPP salah satu kewajiban member yang akan mencetak *closing* secara masal.

Adapun masalah yang paling sering ditemui adalah kurang memahami dengan baik tentang sistem insentif di PT. MSS, member merasa gabung di di PT. MSS bukan passionnya, member tidak bisa hadir dengan alasan sedang sibuk atau cape, member mendapat pengaruh dari luar, member beralasan tidak diizinkan oleh orang tuanya, serta alasan-alasan lainnya. Dari beberapa problem yang dihadapi, hampir semua member ikut bertanggung jawab untuk menyelesaikan secara kolektif. Namun peran kunci dalam penyelesaian berbagai permasalahan adalah dengan melalui pertemuan antara member dengan Leader atau fasilitator.

Selain itu, terdapat implikasi yang akan langsung didapat para member yaitu dari segi positif member mendapatkan keuntungan berupa masalah sosial dan ekonomi menjadi tertolong. Segi positif kedua berupa memiliki kemampuan atau kemandirian dalam Berwirausaha. Sementara pada sisi negatif memberikan implikasi berupa; keterikatan Member Terhadap Komunitas dan Problematika Manajemen Waktu.

Pembahasan di atas dapat kita ringkas menjadi empat poin yaitu; *pertama*, bahwa seorang leader dan member dapat mengembangkan jaringan orang-orang terdekat yang ia kenal. Dengan pengembangan jaringan tersebut, leader dan member mempunyai peluang untuk berhasil dan mendapatkan keuntungan (*profit*).

Kedua, rasa kepercayaan dapat terbangun dengan adanya pergaulan yang akrab (keakraban). Pertama-tama keakraban dapat dibangun dengan menjalin komunikasi yang baik dan saling menjaga. Orang yang berkomunikasi akan terpengaruh oleh yang memberi informasi. Besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan bergantung dari seberapa intensifkah komunikasi itu berlangsung. Seberapa dalam pembahasan yang dibicarakan dapat mengenai kepada para pendengar. Inilah modal yang harus dimiliki mitra (baik leader dan member) dalam berkarir di PT. Melia Sehat Sejahtera.

Ketiga, jaringan sosial dapat menjadi saluran dalam mengembangkan keterampilan dasar, terutama keterampilan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta dapat memupuk jiwa berbisnis seorang member. Selain itu, jaringan sosial yang tergabung dalam sosial media seperti 'grup WA' dapat berfungsi sebagai mobilitas sosial dalam upaya melaksanakan sistem perekrutan dan pembinaan yang terus-menerus. Serta untuk menjaga jaringan tersebut, para anggota member diharapkan dapat saling menjaga keberlangsungan silaturahmi yang telah terjalin.

Keempat, secara tidak langsung, orang yang terlibat dalam bisnis di PT. MSS mendapat pelajaran tersendiri tentang sikap mandiri dan kerja keras. 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 penting yang perlu ditiru. Ada juga member

yang menjadikan pengalaman sebagai nilai yang berharga untuk menjalankan bisnis Multi Level Marketing di Melia Sehat Sejahtera.

B. Saran

Beranjak dari kesimpulan di atas penelitimemberikan saran kepada:

1. Kepada para member, perlu melihat adanya potensi dan peluang yang ada untuk dimanfaatkan secara optimal agar tidak terjadi tumpang tindih dan dilihat dari sarana prasarana penunjang pembelajaran kewirausahaan di PT. Melia Sehat Sejahtera. Sebagai contoh dalam mengajak dan merekrut member baru.
2. Kepada Masyarakat, Membudayakan sejak dini berbagai macam wirausaha sehingga masyarakat dapat menghasilkan uang tanpa harus bekerja sehari penuh. Selain itu, wirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan.
3. Kepada Pemerintah, Pemerintah ikut berperan untuk mendorong, memotivasikan dan membangkitkan kesadaran akan potensi masyarakat yang dimilikinya. Serta berupa mengembangkan dengan fasilitas yang mendukung. Misalnya memberikan pelatihan dengan relatif terjangkau oleh masyarakat, dan memberikan modal yang cukup bagi masyarakat kecil dalam mengembangkan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital", dalam J. Richardson, ed. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport. CT: Greenwood Press. [1983](1986).
- Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Field, John. *Modal Sosial* Penerjemah: Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana. 2003.
- Geoffrey G. Meredith et al. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Jakarta : Pustaka Binaman. 1996.
- Husaini Usman, *Kepemimpinan Berkarakter Sebagai Model Pendidikan Karakter*. FT Universitas Negeri Yogyakarta. 2015.- daring. Peter G. Northouse, *Kepemimpinan : Teori Dan Praktik*, Jakarta: PT.Indeks, 2013.
- Hamzah, Andi. *Kamus Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2005.
- Indrayani, Damsar. *Pengantar sosiologi ekonomi*. Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group. 2009.
- Jauhari, Sofwan. *MLM Dalam Tinjauan Syariat Islam*.*Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta.Kordinat*. Volume: XI, No:1. April 2011. ISSN:1411-6154.
- Johnson, Doyle Paul. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1994.
- Kotler, Philip. *Marketing Essentials*. Jakarta: Erlangga. 1990.
- Lawang MZ, Robert, 2012, *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi*. Depok: FISIP UI Pres.
- Neuman, W.L. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon. 1997.
- Sadono Sukirno. *Mikroekonomi: Teori dan Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.
- Scort, John. *Sosiologi They Key Consept*. Jakarta :Rajawali Pers. 2011.

- Silalahi, Uber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama. 2010.
- Syahra, Rusydi. *Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi*. Jurnal Masyarakat 2 dan Budaya, Volume 5 No. 1 Tahun 2003.
- Soleman L. Taneko. *Struktur dan Proses Sosial: Suatu pengantar Sosiologi pembangunan*. Jakarta: Rajawali. 1984. Khairan Nur Alif. 2016. Peran Aktor Industri Kreatif Sebagai Proses transfer Pengetahuan. Skripsi. 2011. Universitas Negeri Jakarta (UNJ).
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Suryana, Yuyus & Kartib Bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses Edisi Kedua*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Thomas Charles E. St. *Perencanaan Perusahaan Praktis*. Jakarta: IPPM. 1986.
- Wirartha, I Made. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2006.
- W.Creswell, John. 2002, *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: KIK Press).

Karya Tulis (Jurnal/skripsi/tesis/disertasi)

- Andriati, Retno. *Model Sekolah Bisnis Multi Level Marketing di Kota Surabaya*. 2012. Vol. 25, No. 4, Oktober–Desember 2012, 253–262.
- Budi Lestari, Retno. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE*, Jurnal, Bisnis dan Kewirausahaan, Volume 6, Nomor, 2 Maret 2012.
- Dahlia Sari. *Modal Sosial dalam Mempertahankan Bisnis Perdagangan*. 2013. Skripsi. 2011. Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

_____ *Exclusif Diary member PT. Melia Sehat Sejahtera*. Diakses pada tanggal 28 September 2016 pukul 18.00 wib.

- Firyanti, Izza dan Farah Oktafani. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus: Member PT. Melia Sehat Sejahtera)*. Tanpa Tahun. Tanpa volume.
- Irna Christina, Maya Ardawati, dan Yunia Hardika Sari. *Rumah Singgah Sociopreneur Sebagai Upaya Untuk Mengurangi Jumlah Pengangguran Terdidik Di Provinsi Jambi*. Tanpa Tahun. Tanpa volume.
- Malau, Radinton. *Bisnis Pemasaran Jaringan (Studi Tentang Pemanfaatan Relasi Dan Strategi Member Dalam Mengembangkan Bisnis Pemasaran Jaringan PT. Melia Nature Indonesia Di Stokist Medan Setia Budi)*. FISIP Universitas Sumatera Utara. 2011. Diakses pada April, 2016.
- Madinati, Nova. *Womanpreneur sebagai komunitas Sosio-Edukasi Kewirausahaan Bagi Ibu Rumah Tangga*. Skripsi. Prodi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta. 2016.
- Pramutoko, Baju. *Analisa Penjualan Melalui Sistem Multilevel Marketing di Kota Kediri*. 2011. Jurnal Ilmiah-FE.UNISKA-KEDIRI.
- Prasetyo, Ananda. *Implikasi Sosial Ekonomi Sistem Outsorcing Terhadap Kehidupan Pekerja*. Skripsi. 2011. Universitas Negeri Jakarta (UNJ).
- Radinton Malau, *Bisnis Pemasaran Jaringan (Studi Tentang Pemanfaatan Relasi Dan Strategi Member Dalam Mengembangkan Bisnis Pemasaran Jaringan PT. Melia Nature Indonesia Di Stokist Medan Setia Budi)*. FISIP Universitas Sumatera Utara. 2011. – daring <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30820/7> . Diakses pada April, 2016.
- pertemuan-01-ruang-lingkup-bisnis. Pdf. (diunduh: Selasa, 24 Februari 2017 pukul: 07.25).
- <http://www.erlangga.co.id/umum/8453-apa-dan-siapa-sih-sociopreneur-itu.html>
(diunduh: Jum'at, 21 Juli 2017. Pukul 08.11 WIB).
- William Franco & Maria Alejandra Gonzalez-Perez. *International Expansion Opportunities For Multi Level Marketing Via Personal Networks: An Ethnographic Study From Colombia*. International Journal of Business and Society, Vol. 17 No. 1, 2016, 28 – 46.

Wawancara:**Informan Inti:**

Bapak Asep Suryana, Dosen Sosiologi UNJ sekaligus Pemerhati Bisnis MLM Selasa, 6 Juni 2017.

Anita Aditya, selaku member non aktif, 6 Januari 2017

Ahmad Tegar Sugianto, selaku member non aktif, Minggu 25 Desember 2016

Chandra Irawan, Selasa, 24 Januari 2017, via handphone.

Nurani, salah satu member aktif di PT Melia Sehat Sejahtera, Selasa 24 Januari 2017.

Informan tambahan:

Adfan Irawan Selaku LN. Senior PT.MSS pada tanggal 3 Oktober 2016.

Anthony Pradana Joenathan Selaku LN. Senior PT.MSS pada tanggal 7 Oktober 2016.

Dwi Anjani, senior Leader, 4 Oktober 2016

Ayu Wahyuni, Kamis 22 Desember 2016

LAMPIRAN

Wawancara Informan

1. Nurani

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama?	Nurani
2	Usia?	22 tahun
3	Pekerjaan?	Baru lulus kuliah
4	Alamat?	Cibinong- Bogor
5	Status perkawinan?	Belum menikah
6	Darimana mendapat informasi tentang PT. Melia Sehat Sejahtera?	Dari teman SMP
7	Motivasi untuk bergabung?	Dulu pas pertama diajak si aku masih ragu, tapi aku mikir-mikir masa iya sehari bisa dapat uang ratusan ribu, yaudah aku coba gabung jadi member dengan harapan bisa ngebantu biaya kuliah
8	Bagaimana cara bergabung?	Hanya dengan membeli produk propolis
9	Sudah berapa lama anda bergabung?	Kurang lebih dua tahun
10	Berapa orang member di bawah anda?	Sekitar 80 member lah
11	Berapa rata-rata <i>benefit</i> yang anda peroleh setiap satu bulan	Kalo perkembangan lagi stabil si sebulan bisa dapet sejuta setengah lah, lumayan banget, tapi kadang bisa dapet lebih kalo lagi rezeki, tapi kadang kurang dari satu juta, tapi yang jelas lumayanlah bisa ngebantu beban orang tua
12	Selain <i>benefit</i> , apakah ada keuntungan lain yang anda dapat?	Aku jadi ngerti tentang berbisnis, wirausaha gitu, oia sama mental jadi terbangun, bisa lebih PD (percaya diri) kalo ngomong di depan orang banyak, kaya pas presentasi di kelas gitu.
13	Apakah anda dapat bekerja sama dengan baik dengan member anda?	Kan di teamwork kita ada grup WA, jadi ya kita komunikasi terus ke member-member lain pake WA, disitu kan kita tau kalo ada member yang lagi ada <i>problem</i> atau engga, kalo ada <i>problem</i> kita bantu
14	Apakah anda	Ada, tapi menemukan kendalanya ketika dia masih

	pernah memiliki kendala ketika bekerja sama dengan member anda? Jelaskan!	baru/new member, tapis etelah member mengikuti training dan hadir ke pertemuan-pertemuan, kendala itu semakin menipis.
15	Apakah anda pernah mendapat keluhan dari member anda?	Ada, tapi cuma masalah sepele sih, ya itu tadi keluhan ketika member belum paham akan sistem di Melia
16	Apakah sering terjadi masalah antara anda dengan member anda?	Engga
17	Menurut anda apa yang harus dilakukan para member anda agar bisa bekerjasama dengan baik thd anda?	Terus belajar dan memahami Melia lebih dalam agar paham tugas dan kewajibannya.
18	Bagaimana sikap <i>upline</i> anda dalam menyikapi masalah yang terjadi antara anda dengan member anda?	Benar-benar sigap dan <i>touching heart</i> banget, biasanya <i>upline</i> saya itu dalam membantu menyelesaikan persoalan-persoalan langsung ditemui dan bicara one on one.
19	Apakah anda merasa nyaman bergabung di mss? Mengapa?	Sangat nyaman, selain sistem pembagian yang adil, support system dan grup leadernya benar-benar menunjang membantu perkembangan saya di Melia
20	Apa kesan (baik dan buruk) yang paling anda ingat selama bergabung menjadi member?	Pernah suatu ketika ada member yang meninggal, namanya Dewi, terus aku sama temen-temen member ngelayat ke rumahnya almarhum Dewi. Waktu itu aku sama temen pergi ke sana naik kereta, rumahnya jauh di Jawa Tengah, aku lupa tepatnya di daerah mana. Aku sama temen-temen nginep di sana, nah saat aku ngelayat, aku jadi ngerasa kok aku sama temen-temen jadi akrab gini yah. Tapi kalo kesan buruk udah sering, pernah ada yang maki-maki, ada yang bilang bisnis MLM itu haram, tapi

		ya biarin ajalah, aku ga ambil pusing.
21	Dalam hal bisnis di PT. Melia Sehat Sejahtera, menurut anda, seperti apakah hubungan timbal balik antara member dengan perusahaan? dan begitupun sebaliknya?	Kalo member dengan perusahaan ya, semakin banyak member, perusahaan semakin mendapat untung banyak, seolanya Melia Biyang dan Propolis dapat terjual banyak. Kalo perusahaan ya si member-member ini bisa dapet uang, apalagi kalo jaringan yang di bawahnya aktif, pendapatan yang kita dapat adalah <i>pasif income</i>
22	Menurut anda, bagaimana agar bisnis anda menjadi semakin maju?	Terus menciptakan orang-orang yang berintegritas, jujur, amanah agar orang lain mengenal Melia bukan hanya sekedar bisnis tetapi juga sebuah wadah mencetak pemimpin yang berguna untuk RI dan lebih mengajarkan member ketika bukan hanya closing uang tapi juga mengajarkan tatacara komunikasi yang baik, karena Melia itu MLM yang dimana banyak pandangan negatif jadi harus saling kerja sama dalam mengubah cara pandang masyarakat, ya tadi dari hal kecil seperti komunikasi antara member dan calon member.

2. Chandra Irawan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama?	Chandra Irawan
2	Usia?	22 tahun
3	Pekerjaan?	Mahasiswa
4	Alamat?	Pondok Jatimurniblok X-7
5	Status perkawinan?	Belum menikah
6	Darimana mendapat informasi tentang PT. Melia Sehat Sejahtera?	Dari teman mantan di Facebook
7	Motivasi untuk bergabung?	Awalnya buat mantan menyesal, kemudian ingin merubah hidup
8	Bagaimana cara bergabung?	Pinjam ke 20 teman, pakai duit SPP sama UN, jual HP, jual barang-barang kosan, gadai laptop sodara, sama jual motor
9	Sudah berapa lama	4 (Empat) tahun

	anda bergabung?	
10	Berapa orang member di bawah anda?	Kurang lebih 500an
11	Berapa rata-rata <i>benefit</i> yang anda peroleh setiap satu bulan	Gak nentu juga soalnya banyak member yang ga aktif, paling yang aktif antara 60an sampe 80an orang, ya mungkin kalo dibikin rata-rata setiap bulannya paling tiga sampe lima jutaan
12	Selain <i>benefit</i> , apakah ada keuntungan lain yang anda dapat?	Relasi kerja,
13	Apakah anda dapat bekerja sama dengan baik dengan member anda?	Bisa, karena kekompakan
14	Apakah anda pernah memiliki kendala ketika bekerja sama dengan member anda? Jelaskan!	Terkadang komunikasi masih terhambat
15	Apakah anda pernah mendapat keluhan dari member anda?	Tidak ada, karena hidup adalah pilihan, buat apa mengeluhkan orang-orang yagn masih belum mau dibantu merubah hidupnya.
16	Apakah sering terjadi masalah antara anda dengan member anda?	Tidak sering, tapi yang namanya masalah pasti ada aja, tinggal gimana kitanya mau mencari solusi atau tidak
17	Menurut anda apa yang harus dilakukan para member anda agar bisa bekerjasama dengan baik thd anda?	Komunikasi harus terus dilakukan
18	Bagaimana sikap <i>upline</i> anda dalam menyikapi masalah yang	Sebagai upline dan leader memang harus menjadi tempatnya berkeluh kesah.

	terjadi antara anda dengan member anda?	
19	Apakah anda merasa nyaman bergabung di mss? Mengapa?	Sejauh ini nyaman-nyaman aja, tapi di sini menurut saya bukan tempat mencari kenyamanan, tapi mencari sebuah perubahan hidup, karena kalau member-member mencari kenyamanan saja disaat tidak nyaman lagi, pasri akan meninggalkan MSS.
20	Apa kesan (baik dan buruk) yang paling anda ingat selama bergabung menjadi member?	Dulu sempat menyesal ikut karena sudah keluar modal banyak, tapi setelah dijalani kurang lebih empat bulan mulai merasakan hasilnya.
21	Dalam hal bisnis di PT. Melia Sehat Sejahtera, menurut anda, seperti apakah hubungan timbal balik antara member dengan perusahaan? dan begitupun sebaliknya?	Kalo hubungan ya saling menguntungkan, namanya juga perusahaan pasti menggaji karyawannya. Begitupun perusahaan bisa bertahan karena ada karyawan.
22	Menurut anda, bagaimana agar bisnis anda menjadi semakin maju?	Perkuat pilar ke 5 yaitu grup leader and support system, karena yang membuat perusahaan ini terus maju dan berkembang sampai sekarang karena pilar ke lima tersebut

3. Anita Aditya

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama?	Anita Aditya
2	Usia?	22 tahun
3	Pekerjaan?	Mahasiswa
4	Alamat?	Jalan Sadar RT 008 RW 04 no.36a
5	Status perkawinan?	Belum menikah
6	Darimana mendapat informasi tentang	Dari temen SMP

	PT. Melia Sehat Sejahtera?	
7	Motivasi untuk bergabung?	Ga enak sama temen
8	Bagaimana cara bergabung?	Mengisi formulir
9	Sudah berapa lama anda bergabung?	5 tahun
10	Berapa orang member di bawah anda?	Sekitar 80 orang
11	Berapa rata-rata <i>benefit</i> yang anda peroleh setiap satu bulan	Kalo sekarang ga nentu, soalnya udah lama ga aktif, malah bisa dibilang ga ada penghasilan
12	Selain <i>benefit</i> , apakah ada keuntungan lain yang anda dapat?	Sebenarnya ada si, kaya public speaking, ngebangun mental, tau cara berwirausaha
13	Apakah anda dapat bekerja sama dengan baik dengan member anda?	Ada yang bisa diajak kerja sama ada yang ngga bisa diajak kerja
14	Apakah anda pernah memiliki kendala ketika bekerja sama dengan member anda? Jelaskan!	Pernah, karena jarang komunikasi
15	Apakah anda pernah mendapat keluhan dari member anda?	Jarang
16	Apakah sering terjadi masalah antara anda dengan member anda?	Selalu mencari jalan keluar apabila terjadi kesalahpahaman atau perbedaan pendapat
17	Menurut anda apa yang harus dilakukan para member anda agar	Adanya saling keterbukaan apabila mengalami kendala di lapangan dalam menghadapi konsumen atau jaringan di bawahnya

	bisa bekerjasama dengan baik thd anda?	
18	Bagaimana sikap <i>upline</i> anda dalam menyikapi masalah yang terjadi antara anda dengan member anda?	Sigap, bisa menyelesaikan masalah dengan baik kok
19	Apakah anda merasa nyaman bergabung di mss? Mengapa?	Nyaman karena rasa kekeluargaan dibangun dari awal
20	Apa kesan (baik dan buruk) yang paling anda ingat selama bergabung menjadi member?	Udah lama ga ikut jadi udah ga inget, . Kalo kesan baiknya si rasa kekeluarganya itu
21	Dalam hal bisnis di PT. Melia Sehat Sejahtera, menurut anda, seperti apakah hubungan timbal balik antara member dengan perusahaan? dan begitupun sebaliknya?	
22	Apa saja yang dirasakan selama menjadi member dan apa alasan untuk berhenti menjadi member?	Senang, salah satunya bisa lebih baik dalam hal percaya diri, ada hal lain yang harus dikerjakan yagn merupakan tanggung jawab saya.

4. Achmad Tegar Sugianto

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

1	Nama?	Achmad tegar Sugiarto
2	Usia?	22 tahun
3	Pekerjaan?	Call Center
4	Alamat?	Jl. Plafon Raya No. 5 Kampung AmbonKayu Putih Pulogadung Jakarta Timur
5	Status perkawinan?	Belum menikah
6	Darimana mendapat informasi tentang PT. Melia Sehat Sejahtera?	Dari Bang Joe
7	Motivasi untuk bergabung?	Ingin mendapatkan penghasilan sambil kuliah dan sukses di usia muda
8	Bagaimana cara bergabung?	Membeli produk di kantor pusat
9	Sudah berapa lama anda bergabung?	Sekitar 3 tahun
10	Berapa orang member di bawah anda?	Sekitar 20 orang
11	Berapa rata-rata <i>benefit</i> yang anda peroleh setiap satu bulan	Engga menerima <i>benefit</i> karena sudah tidak aktif
12	Selain <i>benefit</i> , apakah ada keuntungan lain yang anda dapat?	Ya jadi banyak teman, jaringan lebih banyak, sama ngebangun mental
13	Apakah anda dapat bekerja sama dengan baik dengan member anda?	Beberapa bisa dan ada juga yang tidak
14	Apakah anda pernah memiliki kendala ketika bekerja sama dengan member anda? Jelaskan!	Ada kendalanya, susah diajak ketemu, dan jika diberikan nasihat tidak didengar dan memberikan informasi diacuhkan
15	Apakah anda pernah mendapat	Ada yang tidak menuruti arahan yang diberikan oleh Leader atau upline saya

	keluhan dari member anda?	
16	Apakah sering terjadi masalah antara anda dengan member anda?	Pernah
17	Menurut anda apa yang harus dilakukan para member anda agar bisa bekerjasama dengan baik thd anda?	Pernah karena saya tidak menjalankan selama kurang lebih 2 bulan
18	Bagaimana sikap <i>upline</i> anda dalam menyikapi masalah yang terjadi antara anda dengan member anda?	Baik, dan beliau memberikan solusi
19	Apakah anda merasa nyaman bergabung di MSS? Mengapa?	Sebenarnya saya nyaman dengan orang-orangnya dan sistemnya, karena mereka memberikan motivasi dan saling mensupport ke arah yang lebih baik
20	Apa kesan (baik dan buruk) yang paling anda ingat selama bergabung menjadi member?	Pas awal-awal menjadi member, saya merasa sangat bersemangat dan berfikir bisa menjalankannya dengan baik, dan senangnya bisa berkumpul dengan orang-orang yang memiliki motivasi tinggi untuk sukses, karena sudah banyak yang dikorbankan dari pertama bergabung, bisa memiliki penghasilan tambahan sampai bisa membeli motor sendiri tanpa mengganggu aktifitas lain, tetapi karena terlalu banyak aktifitas dan saya tidak bisa mengaturnya makanya saya berhenti menjalankan MSS, karena terlalu padat saat itu ketika sudah lama tidak menjalankan terasa berat untuk memulai kembali, dikarenakan kejenuhan yang sama dan saya kurang bisa mengikuti lagi
21	Dalam hal bisnis di PT. Melia Sehat Sejahtera, menurut anda, seperti apakah hubungan	

	timbang balik antara member dengan perusahaan? dan begitupun sebaliknya?	
22	Apa saja yang dirasakan selama menjadi member dan apa alasan untuk berhenti menjadi member?	Ya bisa dibiang menyenangkan, tetapi karena saya banyak kesibukan akhirnya berhenti menjadi member

5. Bapak Asep Suryana

Sistem jual beli yang tidak melalui pasar konvensional yang disebut dengan pasar konvensional itu dalam sosiologi ada dua yaitu pasar market dan pasar market place, kalau market itu masih abstrak tapi kalau marketplace itu itu tempat kayak pasar Tanah Abang pasar kemiri Pasar Sunan Giri dan dari sebagiannya sedangkan MLM tidak melewati pasar konvensional Nah iya menggantikan mekanisme pasar dengan pasar lawas sistem jaringan jaringan antar orang dengan antar orang itu biasanya berbasis pada hubungan kenalan na hubungan jaringan na hubungan jaringan itu didasarkan pada Biasanya pada kekerabatan dengan kerabat yang luas dia bisa kenalan atau hubungan kenalan dengan kerabat yang luar dia bisa Apa hubungan pertemanan atau dia memanfaatkan jaringan yang dimiliki saudaranya atau oleh temannya jadi dalam MLM itu, sosiologi melihat mekanisme dalam jaringan itu itu kekuatannya sekaligus kelemahannya karena kalau jaringan itu tidak luas tidak menjangkau suatu kelompok yang belum tentu tidak bisa masuk dan tidak semua orang tidak bisa memakai jaringan itu mengakses semua itu kadang-kadang dia tidak mengandalkan iklan dan lain sebagainya Biasanya kalau iklan itu dijaga dengan nama reputasi meskipun pada masalahnya banyak MLM yang tidak merawat itu maksudnya reputasi itu saya pernah ngalamin ketika ajakan mau ikut manisnya luar biasa di asuransi na sekarang saya sudah tidak bekerja lagi di asuransi ributnya minta ampun

kita keluar modal tiap bulan kita bayar itu tahu-tahunya tidak seimbang dengan kerja keras jadi disini harus hati-hati dari jaringan itu karena negara negara tidak bisa mengontrol beda dengan pasar kalau pasar itu ada mekanisme kontrol tapi kalau MLM ini tidak ada yang mau yang mantrol nya yang nontonnya itu pelaku-pelaku itu sendiri

Di dalam MLM khususnya PT MSS ini ada sistem ada istilah member dan leader ketika muda member berkembang otomatis modal sosial orang percaya dengan member norma dan nilai diikuti untuk modal sosial itu sendiri yang harus dimiliki oleh member menurut Bapa seperti apa?

Member itu kan ada mitos yang melekat pada member itu biasanya kalau kita jadi member kita akan dapat sekian persen dari jaringan di bawah kita jadi dianggap member itu sebagai salah satu batu bata dari suatu sistem jaringan yang luas di mana kita membangun itu dan dampaknya kita akan mendapat keuntungan laba hasil dari kerja keras itu biasanya sistem jaringan itu dilaksanakan dibuat mitos dikisahkan seorang member dikisahkan diceritakan sampai di Moto sekan karena itu sebenarnya sebagai penarik Apalagi penariknya itu biasanya ditujukan bagi dua kelompok yaitu kelompok yang punya skill untuk bekerja tapi karena keterbatasan kerja misalnya kayak ibu rumah tangga yang kedua kelompok sosial yang ingin mendapatkan penghasilan sampingan dia punya penghasilan tapi dianggap kurang akhirnya dia bekerja di situ Maksudnya di PT MSS mitos itu kisah-kisah itu yang membuat mereka itu semangat dan yang dijelaskan itu orang yang sukses yang gak pernah sukses kan nggak pernah jadi ceritakan kita nggak tahu berapa banyak orang yang orang yang tidak sukses dan kita juga tidak tahu Berapa porsi proporsi antara orang yang sukses dengan orang yang tidak sukses, dugaan saya orang sukses itu lebih sedikit daripada orang yang tidak sukses Biasanya kan ada cerita dari yang sukses

Seperti apa kalau proses modal sosial dari nilai dan norma atau membangun kepercayaan ketika memberi masukan biasanya mereka ada pembinaan berupa training dan lain sebagainya menurut pandangan bapak itu seperti apa??

Ya biasanya training ini training marketing training Bagaimana orang bisa tertarik untuk menjadi anggota member di dalam marketing itu ada cara-caranya itu biasanya mengidentifikasi agar kita sama dengan kita dia Intinya menghidupkan identifikasi supaya Ada kesamaan Bahkan dalam untuk menyampaikannya Dia memakai nafas biasanya nafasnya dibuat sama sebaya identifikasinya itu lebih melekat contoh nya misalkan ditawarkan minum silakan minum padahal bukan kerabat atau kenalan tapi Ayo silakan minum Yaudahlah bareng aja sama saya minum kopi lah Ya udah kita saya manajemen kopi Nah itu kan sebagai bentuk identifikasi supaya dia merasa ada keterkaitan di situ

Menurut Bapak sistem MLM itu berdampak tidak terhadap keadaan sosial masyarakat?

MLM itu distribusi sebagai sistem alternatif dari sistem pasar konvensional. MLM ini muncul dari adanya sistem pasar online jadi mekanisme jaringan distribusi itu harus melalui marketplace. Karena dianggap market place ini hanya dikuasai oleh pemain pemain tertentu. Maka secara inovatif membikin cara pemasaran tanggal cara membuat jaringan personal itu Nah MLM ini bermetamorfosis jadi sistem online. Jadi MLM ini menjauh dari pasar konvensional dan mendekat pada pasar online termasuk kayak WhatsApp Messenger internet itu lebih efektif dan ongkos mobilisasi

membership itu lebih murah dan penguatan sistem jaringan sosial yaitu lebih hidup karena lewat online cuman dibutuhkan admin Jangan cakap yang dapat menghidupkan suasana. Kan ada juga admin yang tidak cakap.

Lalu mlm dalam hal ekonomi, ada tidak pengaruhnya bagi masyarakat?

Kalau dugaan saya MLM ini untuk orang menengah menengah bawah dan menengah menengah kalau untuk menengah atas itu melalui pasar konvensional orang kaya Saya tidak percaya online dalam hal ini lebih memilih beli di pasar konvensional, karena percaya, karena gak ribet, dan ikatan2 kekeluargaan, kekerabatan dan ikatan2 sosial itu bekerja di MLM itu. Nah ikatan sosial yg bekerja ini adalah kompensasi dari menguatnya pasar konvensional yg impersonal. Si Indonesia, pasar impersonal pertama kali ada di Sarinah tahun 50an. Jadi orang datang tanpa transaksi dia ambil barang dia beli dgn modal percaya, terus semakin berkembang berkembang lai, dan lebih booking lagi itu lewat Indomaret. Nah itu kan pasar konvensional yg impersonal. Nah berbeda dgn pasar konvensional biasa kaya di pasar kaget, kan ada tawar menawar, disitu sebenarnya ada kontak sosial. Nah MLM mengambil sisi personal yg hilang dari pasar konvensional. Dulu pasar konvensional itu personal, seperti yg digambarkan Clifford Geertz pada tahun 50an di pare, kamu bisa baca bukunya yg judulnya “penjaja dan raja” bahkan Clifford Geertz bikin teori ttng tawar menawar itu. Jadi Geertz bilang tawar menawar itu ibarat papan luncur, ada tawar menawar yg dari atas harga yg tinggi smpe harga terendah, nah untuk menentukan harganya itu saling adu power (antara pembeli sama penjual), kemampuan menawar, kemampuan negosiasi dan sebagainya.

Mulai tahun di awal abad 20 ini mulai semua pasar, kebanyakan pasar konvensional, sehingga banyak generasi2 seperti kamu terdidik pada pasar konvensional impersonal

sehingga enggak pandai menawar. Nah MLM mengisi itu, mengisi sisi personal dari pasar konvensional dengan tawaran, paling tidak dia menyediakan alternatif suplay yg tidak disediakan oleh pasar konvensional.

Jadi, bisa dibilang MLM menyediakan alternatif2 utk masyarakat, tapi untuk masyarakat nya sendiri ketika masuk ke dalam bisnis MLM itu berarti kalau mereka tidak memiliki jaringan, maka dipastikan sulit berkembang?

Orang kan punya jaringan, Cuma persoalan nya dia luas apa engga, karena itu kan terkait dengan social ability, kecakapan dia bergaul, mungkin ada orang jaringannya tidak terlalu luas, skillnya berbeda-beda, ada orang yg sekali ketemu orang langsung akrab, ada yg jaga jarak, memang sseperti itu, nah MLM masuk di jaringan-jaringan itu. Nah saya kurang tau dampak ekonominya itu apa karena harus dihitung dengan ilmu ekonomi ya, misalnya dengan ada pasar ini, apakah ada percepatan ekonomi tdk? Kalo ada dmn tuh, apakah ekonominya makineningkat apa bagaimana, memang agak susah karena aksesnya terbatas.

Jadi pada intinya jaringan itu tergantung dari social ability itu, bukan pada anggota. Kalo social ability levelnya individu. Orang per orang. Kalo social ability itu didik lewat keluarga.jadi keluarga itu sebagai suatu skema, panduan dalam bertindak.

Saya rasa, orang ikut MLM pandai bergaul kok, ada dua motif orang ikut MLM, karena dorongan2 ekonomi l, tapi dengan dorongan itu dia belajar untuk memaksanya belajar, mau dan berusaha untuk bertemu dengan banyak orang.

RIWAYAT HIDUP



Peneliti lahir di Jakarta pada tanggal 11 Juli 1994, orang tua bernama Bapak Rachmat Alex Syah dan Ibu Sartika Tuloli. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Peneliti menyelesaikan sekolah dasar di SDN Srengseng Sawah 05 Petang pada tahun 2006, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 211 Jakarta dan lulus pada tahun 2009. Selanjutnya peneliti bersekolah di SMA SULUH Jakarta dan berhasil lulus pada tahun 2012. Peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya di Universitas Negeri Jakarta dengan mengambil jurusan Pendidikan Sosiologi pada jenjang S1.

Peneliti memiliki beberapa pengalaman penelitian selama menjadi mahasiswa Pendidikan Sosiologi. Penelitian yang pernah dilakukan diantaranya adalah pada saat mata kuliah Ekologi Sosial yang diadakan di Baduy, selain itu pada mata kuliah Sosiologi Perilaku Menyimpang yang dilakukan di Lapas Magelang, dan pada mata kuliah Metodologi Penelitian Sosial II, diadakan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) yang dilakukan di Lampung Selatan.

Peneliti juga memiliki pengalaman mengajar yang dilakukan di SMA N 62 Jakarta. Peneliti mengikuti program KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang dilaksanakan di Desa Kembang Kuning, Purwakarta, selama satu bulan. Selama melaksanakan KKN tersebut, peneliti melakukan beberapa kegiatan bermanfaat bagi lingkungan sekitar seperti mengajar di SDN 1 Kembang Kuning. Apabila ada kritik dan saran terhadap skripsi ini, silahkan menghubungi peneliti melalui email di vonnilidia@gmail.com