

**Laporan Penelitian**

**PELEBURAN DIRI PEBISNIS JARINGAN PEMASARAN  
(Studi Kasus: Jaringan Pemasaran Pemilik Bisnis Independen)**



Diajukan oleh:  
**Mulawarman Awaloedin (Ketua)**  
**Robidi (Anggota)**

**PROGRAM STUDI AKTUARIA  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN ASURANSI TRISAKTI  
JAKARTA  
Februari 2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

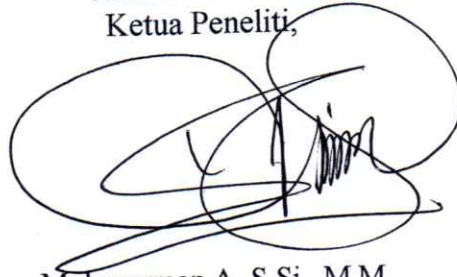
Judul Penelitian : Peleburan Diri Pebisnis Jaringan Pemasaran.  
Nama : Mulawarman Awaloedin  
NIDN : 0303096503  
Alamat e-mail : [mulawarman.awaloedin@gmail.com](mailto:mulawarman.awaloedin@gmail.com)  
Nama Anggota 1 : Robidi  
NIDN : 0304076902  
Nama Anggota 2 : -  
NIDN : -  
Anggota Mahasiswa : -  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti  
Program Studi : Aktuaria  
Lama Penelitian : 1(satu) semester, tahun akademik 2021/2022  
Nomor HP : 0818748405  
Sumber Biaya : Mandiri  
Biaya Penelitian : Rp 5.000.000,-

Menyetujui,  
Kepala Puslitdimas



Prof. Dr. Rukaesih A. Maolani, M.Si.

Jakarta 25 Februari 2022  
Ketua Peneliti,



Mulawarman A, S.Si., M.M.  
NIDN : 03096503

Mengetahui,  
Ketua STMA/Trisakti



Dr. Antonius Anton Lie, S.E., M.M.  
NIDN. 0323086502

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan dan menjelaskan fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini guna menjalankan usaha secara mandiri dan bebas. Menjadi wirausahawan atau pemilik bisnis merupakan impian banyak orang, terutama mereka yang menginginkan kebebasan waktu dan tempat. Guna mewujudkan keinginan itu, mereka harus mampu membebaskan diri dari keterikatan dalam menjalankan usaha. Selama ini, dalam menjalankan bisnis, waktu dan tempat pasti terbatas dan tidak bisa bebas. Bagaimana mereka bisa membebaskan ini dalam menjalankan usaha? Inilah tujuan yang hendak dicapai, yakni mencoba membantu para pebisnis dalam jaringan mengurangi hambatan-hambatan guna meningkatkan ketrampilan berusaha dan menaikkan omzet.

## DAFTAR ISI

		Hal.
	LEMBAR PENGESAHAN	i
	ABSTRAK	ii
	DAFTAR ISI	iii
BAB		
	PENDAHULUAN	
	1.1. Latar Belakang .....	1
1	1.2. Fokus Penelitian .....	2
	1.3. Tujuan.....	3
2	TINJAUAN PUSTAKA	
	2.1. Pemasaran Berjenjang .....	4
	2.2. Peleburan Diri .....	5
	METODE PENELITIAN	
3	3.1. Desain Penelitian dan Partisipan .....	8
	3.2. Kumpulan Data dan Pengukuran .....	8
	3.3. Asumsi .....	9
	3.4. Prosedur Analisis Data .....	9
4	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Latar Penelitian .....	11
	4.2. Uraian Hasil Penelitian .....	12
5	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan	19
	5.2. Saran	
	DAFTAR PUSTAKA	20

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Selama dua tahun terakhir, banyak karyawan telah bekerja dari jarak jauh dalam upaya untuk mengekang penyebaran Covid-19. Namun, ketika upaya vaksin meningkat, perusahaan mulai mengumumkan kembalinya mereka ke kantor. (Y Haley Woznyj:2021). Pandemi ini telah mengubah banyak hal. Seperti, mengubah cara berbisnis (Istiyantatul Mahbubah:2021), dengan dampak yang luas terhadap kegiatan masyarakat dan kebijakan pemerintah (Muhammad Rizal:2021), menurunkan pendapatan sektor umkm (Evi Suryani:2020; Siti Nuzul Laila Nalini:2021), serta pendidikan usia dini yang tidak dapat dilakukan dengan baik (Arifah Prima Satrianingrum:2021). Industri perbankan juga mengalami kesulitan likuiditas yang disebabkan oleh banyaknya nasabah mengalami pengurangan pendapatan yang berimbas pada ketidakmampuan membayar cicilan kredit. Hal ini memaksa bank untuk melakukan relaksasi dan restrukturisasi kredit guna memberikan keringanan kepada debitur yang mengalami pengurangan pendapatan (I Made Rai Sukerta: 2021). Selain itu, bisnis properti juga terkena imbas (Syahrina N. Dewi: 2021), dan penurunan harga saham yang cukup signifikan (Aris Winanti:2021).

Namun demikian, ditengah badai C-19 yang belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir, para pebisnis menemukan beragam cara, kiat bisnis, strategi ataupun metode guna bertahan dan tetap menjalankan bisnis yang diyakini akan mampu memberikan keuntungan maksimal.

Penggunaan media sosial untuk berjualan dalam jaringan, ternyata cukup ampuh guna menaikkan omzet dan perputaran modal. Sejumlah pebisnis memanfaatkan media seperti instagram, facebook, telegram bahkan whatsapp untuk berjualan.

Karena penjualan dilakukan tidak secara langsung, para pebisnis mengembangkan bisnis melalui penciptaan jaringan bisnis. Inovasi dan menciptakan konten digital. Oleh karena itu, guna mengembangkan jaringan, dibutuhkan sejumlah ketrampilan yang tidak ditemukan dalam konsep pemasaran sebelumnya. Para pebisnis mengembangkan dan menerapkan mental berdagang yang berbeda. Mereka banyak melakukan afirmasi, penggunaan *law of attraction (LOA)*, *law of projection (LOP)*, dan berlatih mengubah pola pikir (mindset). Cukupkah? Ternyata mereka juga harus melebur. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dibahas tentang peleburan pebisnis dalam jaringan pemasaran. Mereka adalah para pebisnis individu yang berasal dari beragam latar belakang, tingkat pendidikan yang beragam dan perilaku yang juga beragam.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah:

- a. Menerapkan pola pikir bertumbuh/kreatif dalam menjalankan bisnis dalam jaringan..
- b. Menerapkan metoda peleburan diri.

### **1.3. Tujuan**

Menjadi wirausahawan atau pemilik bisnis merupakan impian banyak orang, terutama mereka yang menginginkan kebebasan waktu dan tempat. Guna mewujudkan keinginan itu, mereka harus mampu membebaskan diri dari keterikatan dalam menjalankan usaha. Selama ini, dalam menjalankan bisnis, waktu dan tempat pasti terbatas dan tidak bisa bebas. Bagaimana mereka bisa membebaskan ini dalam menjalankan usaha? Inilah tujuan dari penelitian ini, yakni mencoba membantu para pebisnis dalam jaringan mengurangi hambatan-hambatan guna meningkatkan ketrampilan berusaha dan menaikkan omzet.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pemasaran Berjenjang**

Pemasaran berjenjang atau lebih dikenal dengan sebutan multi-level marketing atau pemasaran berjarangan, merupakan sebuah metoda bisnis yang digunakan oleh beberapa perusahaan melalui cara menjual langsung ke pengguna akhir. Penjualan dilakukan oleh individu yang bertindak selaku distributor, dan kemudian juga dapat merekrut distributor individu berikutnya. Distributor memperoleh komisi baik atas penjualan langsung maupun penjualan oleh distributor dalam kelompok merek guna menciptakan tenaga penjualan sendiri yang bebas.

Metoda ini menjadi sangat menarik dan mampu menciptakan banyak multi miliarder baru serta menciptakan saluran distribusi yang tidak terpengaruh dengan resesi dan inflasi. Selain itu, tingkat pertumbuhan yang tinggi juga terjadi di banyak negara berkembang atas metode ini (Reingewertz Y: 2021).

Dalam praktik, pemasaran berjenjang ini juga membuktikan bahwa krisis ekonomi, inflasi maupun pandemik tidak terlalu berpengaruh dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Kegiatan berupa presentasi dalam jaringan dengan membuat virtual presentasi di media sosial, membagikan material presentasi, mengenalkan produk dan lainnya (Jan Beek : 2019), merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan yang tidak terpengaruh dengan lokasi maupun waktu (Coughlan, Anne T., 2016).



Selain itu, bisnis ini ternyata banyak menarik minat para remaja dan mahasiswa guna mengembangkan jiwa kewirausahaan mereka (Puspitasari, Indrawati :2018). Tapi juga diminati oleh para wanita (Lištiaková, I., & Jarkovská, L : 2014 dan Wilson, A : 2020).

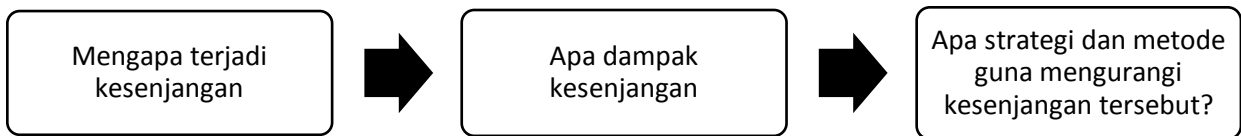
Para distributor pemasaran berjaringan ini sering juga disebut sebagai pemilik bisnis independen (independent business owner/IBO). Mereka merupakan tenaga kerja yang tidak digaji, namun memperoleh penghasilan dari hasil menjual produk, serta mendorong orang lain untuk bergabung dengan perusahaan sebagai distributor atau IBO (Cardenas, D., & Fuchs-Tarlovsky, V. :2018).

Pertama kali diperkenalkan dan dipopulerkan oleh Amway pada tahun 1959 (A. M. Mariadass and S. C. Choy : 2012), kemudian diikuti oleh sejumlah kelompok usaha seperti Nu Skin, Herbalife, Avon dan lainnya (Bosley, Stacie A. and Greenman, Sarah and Snyder, Samantha : 2020).

## **2.2. Peleburan Diri (Imersi)**

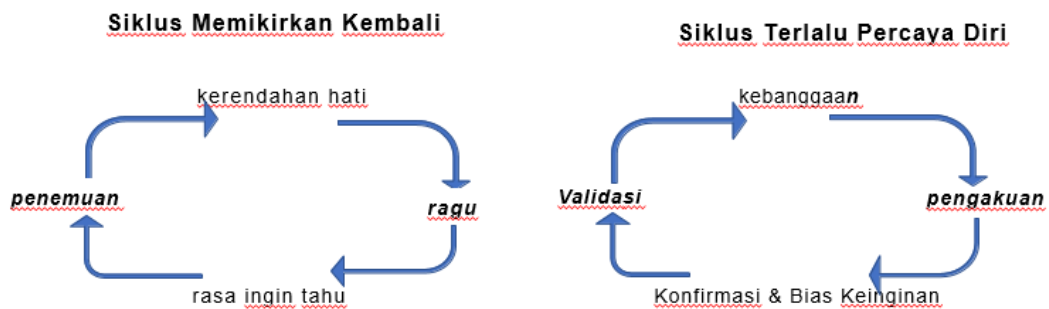
Melebur adalah suatu cara masuk ke sebuah sistem guna memaksimalkan apa yang menjadi keinginan. Melebur merupakan suatu konsep diri, di mana seorang individu masuk ke sebuah ruang dengan sudut pandang emik. Ini menunjukkan bahwa individu itu masuk dengan sejumlah bukti.

Masuk ke sebuah lingkungan baru dan meleburkan diri, merupakan sebuah realitas sosial dan akan mengalami perubahan sosial organik (Yulia Sugandi: 2021).



**Gambar 1**  
**Perubahan Sosial Organik**

Peleburan diri pada hakekatnya adalah membuat sebuah keputusan berlandaskan bukti-bukti yang ada dan berguna dalam lingkungan sosial baru, menata-ulang cara beripikir (Grant: 2021), mudah menyesuaikan dengan irama dilokasi yang baru. Kesuksesan muncul, ketika daya tahan semakin tinggi.



**Gambar 2**  
**Menata-Ulang Cara Beripikir (Grant: 2021)**

Pemikiran ilmiah lebih menyukai kerendahan hati daripada kesombongan, keraguan atas kepastian, keingintahuan daripada menutup diri. Ketika kita keluar dari

mode saintifik, siklus pemikiran ulang menjadi rusak, memberi jalan pada siklus terlalu percaya diri.

Era kapital (capitalocene), seperti sekarang ini, peleburan dengan berpikir sistem yang kompleks, memungkinkan para pebisnis jaringan untuk mampu bertahan guna mencapai kesuksesan. Berpikir sistem adalah sebuah pendekatan holistik untuk menganalisis, fokus pada bagaimana sebuah hubungan bagian-bagian dalam sistem saling berkaitan, dan bagaimana sebuah sistem bekerja dari waktu ke waktu dan dalam sebuah konteks sistem yang lebih luas lagi.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian dan Partisipan**

Rancangan penelitian yang dikembangkan merupakan sebuah rancangan kualitatif pada submetode studi kasus. Penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam untuk memperoleh informasi tentang bisnis pemasaran jaringan yang dilakukan oleh para pemilik bisnis independen. Partisipan dalam penelitian ini adalah pelaku di jaringan pemasaran.

Selanjutnya, dalam penelitian ini, dilakukan eksplorasi melalui latar terbatas selama periode waktu tertentu dengan kajian yang rinci, kumpulan data yang mendalam dari beragam sumber. Rangkaian data-data itu menghasilkan sebuah deskripsi kasus berbasis pada tema yang diusung.

#### **3.2. Kumpulan Data dan Pengukuran**

Pengumpulan data dalam penelitian ini diambil dari sumber informasi, berupa: (1) laporan perkembangan bisnis pemasaran berjaringan (2) rekaman arsip yang terdiri dari rekaman layanan, peta, data survei, daftar nama, rekaman-rekaman pribadi seperti buku harian, kalender dsb; (3) Hasil wawancara dengan para nara sumber bertipe *open-ended*; (4) observasi langsung di ranah digital; (5) observasi partisipan dan (6) *website* perusahaan dan regulator.

Berikutnya, dari keenam sumber bukti tersebut dimaksimalisasikan guna menghasilkan: (1) bukti yang bersifat multisumber; (2) menciptakan data dasar; dan (3) memelihara rangkaian bukti.

### **3.3. Asumsi**

Asumsi-asumsi yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ontologis, realitas bersifat subjektif dan beragam.
2. Epistemologi, yakni mempertanyakan kaitan antara peneliti dengan objek yang dikaji.
3. Aksiologis, penelitian mengandung nilai-nilai yang banyak (sarat nilai, dan sangat dimungkinkan akan adanya bias).
4. Metodologis, meskipun desain penelitian telah disusun sejak awal, namun perubahan metode sangatlah dimungkinkan guna menyelesaikan penelitian nantinya.

### **3.4. Prosedur Analisis Data**

Data yang berasal dari wawancara selanjutnya ditentukan sejumlah tema-tema yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis dalam pemasaran berjangkauan.

Proses untuk menganalisis data ini diawali dengan menetapkan tema (theme) dan pola (pattern) untuk menganalisis data *one-on-one*: fasilitator mengemukakan tanggapan peserta untuk mengidentifikasi tema umum dan mempersiapkan temuan ini untuk diulas. Setelah tema dan pola terbentuk, maka dilakukan analisis melalui proses

triangulasi. Proses ini mencakup integrasi data hasil wawancara dengan data perusahaan yang terdokumentasi.

### **Tahapan Pengambilan Data dan Proses Analisis Induktif**

Tahap 1: Melakukan pengkodean data hasil wawancara (koding)

Tahap 2: Melakukan kategorisasi hasil koding

Tahap 3: Menafsirkan data untuk memberikan penjelasan tentang fenomena tunggal

Tahap 4: Memberikan kesimpulan dan solusi bisnis.

**Tabel 1. Tipe-tipe tema dalam menganalisis data kualitatif**

<b>No.</b>	<b>Tema</b>	<b>Deskriptor</b>
1	<i>Ordinary themes</i>	tema-tema yang peneliti harapkan ditemui dalam analisis data
2	<i>Unexpected themes</i>	tema-tema yang peneliti tidak harapkan muncul dalam studi
3	<i>Hard-to-classify themes</i>	tema-tema yang berisi ide-ide yang tidak tepat dimasukkan kedalam satu tema atau yang menjadi overlap dengan tema-tema lainnya.
4	<i>Major and minor themes</i>	tema-tema yang menggambarkan ide-ide major dan minor

Setelah tema-tema di temukan, tahap berikutnya adalah melakukan koding atas data seperti dalam tabel tema di atas, menjadi sebuah untaian data kualitatif.

Tahap Mengembangkan Deskripsi & Tema dari Data dilakukan dengan cara: (1) pengkodean data, (2) mengembangkan deskripsi dari data, (3) menentukan tema dari data, serta (4) menghubungkan dan mengkaitkan tiap-tiap tema.

## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Latar Penelitian

Berwirausaha merupakan sebuah konsep untuk melakukan usaha secara mandiri dan independen. Mengacu ke pengalaman berbisnis dari para penulis seperti George Samuel Clason.(2014)<sup>1</sup>, Robert Kiyosaki.(2016)<sup>2</sup>, Steve Siebold.(2014)<sup>3</sup>, Grant Cardone (2018)<sup>4</sup>, Daymond John (2016)<sup>5</sup>, maupun Warren Buffett dan Lawrence A. Cunningham (2015)<sup>6</sup> yang fokus pada bisnis dalam jaringan (network marketing). Mereka memperlihatkan bahwa bisnis dapat dijalankan tanpa harus bersentuhan dengan banyak orang. Bisnis dapat dijalankan cukup dengan memanfaatkan jaringan yang ada dan kemudian dikembangkan serta mampu menarik manfaat dari keberadannya.

Namun demikian, dalam menjalankan bisnis berbasis jaringan ini, dibutuhkan ketrampilan lain seperti bagaimana membangun jaringan dan juga terhubung dengan jaringan lain, membangun tim impian untuk berwirausaha serta merancang rencana operasionalnya. Setelah itu terbentuk, berikutnya para pebisnis independen harus masuk secara sadar dan meleburkan diri ke dalam jaringan, agar supaya terhubung satu sama lainnya.

Oleh karena itu, serangkaian tahapan untuk dapat menjalankan bisnis dalam jaringan ini, para pebisnis harus melebur dan menjalankan tahapan seperti berikut ini.

1. Mengubah pola pikir.
2. Fokus pada tujuan bukan cara (stockdale paradox).

---

<sup>1</sup> George Samuel Clason.(2014).The Richest Man in Babylon. Anniversary edition, Create Space Independent Publishing Platform.

<sup>2</sup> Robert Kiyosaki.(2016). Rich Dad Poor Dad. Edisi Terjemahan, Gramedia Pustaka Utama.

<sup>3</sup> Steve Siebold.(2014).How Rich People Think. Simple Truths.

<sup>4</sup> Grant Cardone.(2018). Be Obsessed or Be Average. Edisi Terjemahan, Gramedia Pustaka Utama.

<sup>5</sup> Daymond John.(2016).The Power of Broke. Currency.

<sup>6</sup> Warren Buffett dan Lawrence A. Cunningham,(2015). The Essays of Warren Buffett: Lessons for Corporate America. Fourth edition, The Cunningham Group & Carolina Academic Press.

3. Bekerja dengan banyak (Skill With People).
4. Selalu menjaga momentum.
5. Selalu dapat menciptakan pemicu (trigger).
6. Memulai dengan bagian akhir (Begin with the end in mind).
7. Belanja di toko sendiri.
8. Bisnis yang baik untuk saya.

#### **4.2. Uraian Hasil Penelitian**

Bisnis dalam berjaringan merupakan sebuah konsep bisnis yang menarik. Banyak orang yang terobsesi dengan keberhasilan. Mereka melakukan aktivitas beragam dengan satu tujuan, mengubah nasib menjadi kaya dan bebas finansial. Transformasi dari yang dulunya tidak mengenal kegiatan berbisnis, menjadi terbuka dan menariknya, mereka berhasil mendapatkan kebebasan finansial dalam waktu relatif singkat. Hanya dalam kurun 2 – 5 tahun, mereka mampu berubah menjadi kaya dengan penghasilan perbulan yang tinggi.

Bisnis yang dijalankan adalah bisnis yang terdaftar resmi di Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) terakreditasi sangat baik dengan peringkat A serta bersertifikasi halal dari Lembaga sertifikasi halal, Komite Akreditasi Nasional (KAN).

Dalam melakukan penjualan, para pebisnis independen atau dikenal juga dengan sebutan IBO (independent business owner), menjalankannya melalui pendekatan penjualan langsung dengan menawarkan 4 (empat) manfaat<sup>77</sup>:

1. Merupakan saluran pemasaran tersingkat ke pelanggan. IBO memasarkan produk dan layanan langsung ke keluarga, teman, dan orang-orang yang mereka kenal.
2. Menawarkan layanan superior ke pelanggan. IBO menyediakan layanan pribadi, demo produk, dan layanan pengiriman pesanan ke rumah.
3. Merupakan peluang bagi setiap orang untuk memiliki bisnis sendiri.
4. Rancangan Penjualan & Pemasaran yang telah teruji.

---

<sup>77</sup> Pedoman Bisnis 2019



Sejak tahun 2018 lalu, bisnis ini dijalankan oleh sekelompok orang yang sukses melalui sebuah model yang sangat berbeda, yakni dengan mengadopsi perkembangan teknologi informasi, khususnya pada saluran digital, seperti aplikasi WhatsApp, telegram, facebook, maupun google. Standar komunikasi digital yang dibangun mengacu ke standar yang dapat diakses oleh semua orang atau bersifat lisensi terbuka.

Selanjutnya, menggunakan standar komunikasi terbuka, para pemimpin bisnis yang sudah mencapai peringkat platinum dan emerald, mengembangkan bisnis mereka melalui serangkaian metoda dan cara yang sepenuhnya dalam jaringan. Metode ini mereka sebut dengan dBACA, atau membaca secara digital. Melalui metode ini, disusunlah buku-buku manual, serta pertemuan secara digital melalui platform *zoom* bertajuk SSM (Special Saturday Motivation) setiap akhir pekan dan SIKD (Seminar Inspirasi Kepemimpinan Digital) setiap enam bulan, yakni pada bulan November dan Mei. Pada setiap penyelenggaraan SIKD, dilakukan selama dua hari dan setiap hari berdurasi 8(delapan) jam. SIKD menghadirkan para pebisnis yang sudah melewati tahap silver producer hingga peringkat emerald.

Seorang *founder platinum* menceritakan bahwa sebelum dipertemukan dengan bisnis berjaringan dengan metode dBACA, dia adalah seseorang bankir yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren, sekaligus seorang hafiz lulusan Perguruan Ilmu Al-Quran (PTIQ) Jakarta. Pengalaman menunjukkan bahwa untuk mencapai sukses di suatu bisnis kita harus memperbaiki *mindset*, karena ketika *mindset* kita benar maka *serve mechanism* di pikiran bawah sadar kita akan melayani secara otomatis. Dengan bahasa lain kalau kita berpindah-pindah bisnis karena selalu gagal, maka bukan bisnisnya yang keliru tapi orangnya (*mindset*-nya) yang keliru. Oleh karena itu, pola pikir harus diperbaiki. Bagaimana cara memperbaiki pola pikir?

- 1) Bergabung dengan entitas bisnis berjaringan yang terdaftar resmi dan menjalankan sistem bisnisnya.

- 2) Mengalihkan sebagian belanja bulanan ke bisnis berjangka melalui pembelian produk yang sama. Tujuan dari pengalihan ini adalah menjadikan yang akan dipakai untuk menghasilkan sesuatu (aset bisnis).
- 3) Membantu orang lain untuk sukses melalui pemakaian dan pembelian produk, serta mengajak orang lain untuk juga membeli dan menggunakan produk tersebut. Disini fungsi dari IBO adalah menjadi distributor mandiri. Pola pikir yang dikembangkan adalah pola pikir bertumbuh yang bertujuan juga menjadi solusi bagi masalah orang lain, baik itu dengan produknya maupun bisnisnya.
- 4) Pola pikir berikutnya adalah pola pikir mereferensikan. Setiap orang punya kemampuan untuk bercerita dan menceritakan kembali kejadian-kejadian menarik dan berkesan di masa lalu. Seperti misalnya, menceritakan kembali tentang pilihan politik, tempat wisata, kuliner yang enak, dan lainnya. Padahal untuk melakukan itu semua, mereka tidak pernah di bayar. Alangkah menguntungkan jika kemampuan tersebut digunakan untuk mereferensikan produk dan bisnis berjangka ini yang berpotensi dibayar tinggi.

Belajar dari Stocdale Paradok bahwa orang yang hebat menganggap fakta tidak penting, yang terpenting adalah bahwa keputusan harus dijalankan sampai berhasil. Kalau target tidak tercapai, maka harus ada yang diperbaiki yaitu *mindset* atau tindakan atau keduanya.

Semua fakta itu netral, menjadi tidak netral tergantung cara kita meresponnya. Apabila *mindset* kita benar, maka apapun faktanya akan membuat kita bangkit dan mampu melakukan tindakan yang baik/berbeda.

Bangkit dari keterpurukan, seorang *silver producer* berikutnya menceritakan bahwa harus ada pemicu (trigger) guna dapat bergerak dalam menjalankan bisnis berjangka ini. Berbeda dengan kisah sebelumnya, kisah berikut adalah dari seorang yang telah menjalankan banyak ragam bisnis, seperti menjadi karyawan di beberapa perusahaan hingga membuka warung angkringan.

Yang menjadi trigger (pelecut) dan membuat kita bergerak menjalankan bisnis berjaringan adalah *reason* (alasan) dan *dream* (impian) yang kuat. Mengikuti arahan mentor di awal bergabung dengan bisnis berjaringan, partisipan ini memulainya dengan menuliskan 100 impian. Meskipun proses menulis impian tersebut tersendat, namun setelah menuliskan impian hingga pada ke-35, partisipan ini menarik kesimpulan bahwa, pada hakikatnya kita adalah manusia yang sukses karena merupakan sperma juara yang berhasil mengalahkan jutaan lainnya guna membuahi sel telur.

Setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk sukses asalkan bisa mengalahkan diri sendiri (ego). Hal ini berbeda dengan bisnis konvensional yang memiliki tingkat persaingannya "sangat kejam" berupa persaingan lahir (modal) dan persaingan batin.

Dimanapun posisi kita saat ini selalu ada peluang untuk *scale up* (meningkatkan) dan sukses asalkan memiliki kemauan, keyakinan dan ketekunan. Selain itu, orang berbakat cenderung pasif dan sering kalah dengan orang yang tekun. Bukan keahlian teknis yang paling menentukan keberhasilan di bisnis berjaringan termasuk dalam hal memprospek, namun yang terpenting adalah impian, motivasi dan konsistensi. Meskipun tidak terlalu menguasai teknologi informasi, seperti yang dipersyaratkan oleh metode ini, namun berkat impian dan motivasi yang kuat, beliau tetap bisa memaksimalkan FB Organik untuk menjaring prospek dengan aplikasi tambahan Bio Link. Untuk membangun kedekatan dengan team, juga partisipan ini melakukan japri/*broadcast* ke *fronline/downline* secara rutin. Selain itu juga praktik spiritual seperti mempraktikkan ho'oponopono. Praktik ini memiliki makna yang mendalam: "Maafkan aku" adalah bentuk pertobatan, "Aku menyesal sekali" merupakan ungkapan penyesalan, "Terima kasih" adalah wujud rasa syukur, dan "Aku mencintaimu" merupakan manifestasi dari sifat Tuhan yang pengasih dan penyayang.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Satu Sama dan Terhubung akan melahirkan

Partisipan berikutnya adalah seorang leader sukses dengan kisah sedikit berbeda. Memulai bergabung sebagai pebisnis berjaringan, partisipan ini membutuhkan waktu sekitar 5(lima) tahun untuk mencapai *founder platinum*. Bisnis ini dijalankan dengan sambil tetap bekerja di sebuah pabrik di Bekasi. Meskipun ada kebijakan di tempat beliau bekerja bahwa karyawan tidak boleh membawa HP saat jam kerja, maka untuk mensiasatinya terkadang beliau menggunakan kamar mandi sebagai tempat "ternyaman" untuk mengisi materi atau menjawab japrian team dan prospek.

Bisnis dijalankan dengan metode dBACA hingga sukses seperti saat ini:

1. Disiplin dalam memanfaatkan dan membagi waktu yang ada di sela-sela kesibukan beliau sebagai karyawan pabrik.
2. Bergabung bulan Agustus 2017, setelah 9 bulan bersama dengan 200-an team beliau baru mencapai posisi 3% dan mendapatkan bonus Rp. 35.000, - (tiga puluh lima ribu rupiah). Namun beliau tetap yakin bahwa bisnis ini pada saatnya nanti akan besar, sehingga membuat beliau konsisten dan gigih menjalankannya.
3. Bisnis ini adalah bisnis menciptakan orang untuk menjadi leader. Oleh karena itu kita harus merekrut (prospek) dalam jumlah yang banyak agar menemukan bibit unggul dan orang yang tepat.

---

POSITIVE THINKING – menyadari bahwa setiap kejadian adalah takdir terbaikNya untuk kita. Setiap ciptaanNya adalah sempurna. Untuk itu kita harus senantiasa mengucapkan kata-kata positive atas apapun yang kita lihat dan kita alami. Ini merupakan manifestasi dari dzikir kita – **Subhanallah** – Maha Suci Allah yang telah menciptakan seluruh alam dan seluruh kejadian dengan kesempurnaan. POSITIVE FEELING – tenang dalam menghadapi setiap peristiwa. Jadikan hati tenang apapun yang terjadi, karena dalam ketenangan kita dapat mengambil keputusan dengan baik dan melaksanakan semua kerjakan dengan lebih baik. Jika hati tidak tenang, temukan ayat Quran untuk membuat kita lebih tenang dengan ilmu Garputala. Memohon kepada Allah diberikan obat ketenangan hati atas setiap peristiwa yang kita alami. Quran adalah syifa dari setiap penyakit. Ini merupakan manifestasi **Alhamdulillah** – Segala Puji bagi Allah

POSITIVE MOTIVATION – setiap langkah kita lakukan untuk memberikan kebahagiaan dan kemuliaan orang lain serta alam sekitar dan semata kita tujukan pada ridho Allah. **Laa illa haillallah**, tiada Tuhan selain Allah muara setiap usaha dan pengabdian. Tauhid membebaskan kita dari semua kepentingan dan hidup hanya untuk mengabdikan pada Allah.

4. 3(tiga) kunci sukses bisnis *network marketing*: (1). Pondasi yang kuat (impian dan sikap), (2). Menjalankan langkah atau sistem bisnisnya, (3). Membangun kedalaman.
5. Bisnis ini tidak memerlukan bakat, tapi lebih ke kerja keras dan cerdas. Seperti halnya dengan pelari marathon.
6. Kesuksesan dapat dikur dari dua hal: yakni (1). Kerja keras, undang dan rekrut sebanyak mungkin untuk menemukan orang yang tepat karena bisnis ini adalah permainan angka bilangan besar, (2). Kerja cerdas, melakukan langkah atau sistem bisnisnya dengan menekankan pada diri sendiri dahulu kemudian baru ke team di bawahnya.

Bisnis berjaringan adalah bisnis angka. Ini dapat diterjemahkan kedalam teori 10.000 jam yang dimuat dalam buku *Outlier* karya Malcolm Gladwell. Dikatakan bahwa "Untuk menjadi mahir orang butuh 10 ribu jam melakukan hal yang ditekuninya". Spiritnya adalah bahwa keberhasilan adalah buah dari ketekunan dan kerja keras, bukan datang secara tiba-tiba dan instan. Jika hal ini diterapkan dalam bisnis berjaringan, seberapa banyak waktu yang kita tanam tiap hari untuk mengerjakan bisnis dengan sungguh-sungguh, maka jika digunakan untuk membagi 10 ribu jam akan ketemu waktu yang dibutuhkan untuk berhasil. Sepuluh ribu jam kalau kita konversi kegiatan menanam, maka kita akan berhasil dalam jangka waktu 3,4 tahun ( $=10 \text{ ribu jam} : 8 \text{ jam} = 1.250 \text{ hari} = 1.250 \text{ hari} : 365 \text{ hari dalam setahun} = 3,4 \text{ tahun}$ ). Pertanyaannya; "Berapa jam waktu yang kita tanam tiap hari untuk mengerjakan bisnis ini?"

Empat Modal Berharga yang membuat setiap ABO sistem dBACA memiliki kesempatan yang sama untuk berhasil apabila memiliki, memahami dan menjalankannya, yaitu:

- ✓ **Mindset** orang kaya >> Kecerdasan finansial, bekerja membangun aset, niat yang lurus dan cara yang benar.

- ✓ **Goal** yang jelas >> Begin with the end in mind (memulai sesuatu dengan hasil akhir sudah di pikiran).
- ✓ **Pribadi** yang melayani >> Ilmunya Skill With People dan Personality Plus.
- ✓ **Tindakan** yang benar >> Menjalankan sistem yaitu 3 Langkah Sukses dBACA.

Selanjutnya, seorang leader berpredikat Bronze Producer. Berlatar belakang belakang pekerjaan di bidang perbankan. Beliau juga pernah menekuni profesi sebagai sebagai driver taxi online dan pernah menjajal bisnis waralaba. Partisipan ini menyebutkan bahwa ketika melakukan prospecting, partisipan ini lebih memilih menggunakan kata mengumpulkan/menghimpun prospek daripada mencari prospek, karena, menurut beliau, ketika kita mencari tidak akan ketemu dengan orang yang tepat. Oleh karena itu partisipan ini lebih memilih melakukan penghimpunan orang untuk diajak dan berdiskusi dalam menemukan calon-calon leader berikutnya.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Mulailah berbisnis dengan terlebih dahulu mengubah pola pikir, dari pola pikir tetap (fixed mindset) ke pola pikir bertumbuh (growth mindset). Setelah itu menjalankannya pola pikir bisnis melalui empat tahap berpikir mencipta/kreatif.
2. Praktik bisnis terbaik adalah di bisnis berjejaringan. Karena disinilah calon pebisnis akan menghadapi keadaan sesungguhnya dalam menjalankan bisnis.

#### **5.2. Saran**

1. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Oleh karena itu, tidak ada ukuran kuantitatif yang digunakan. Signifikansi, dilakukan mengacu ke pencapaian dari pebisnis, yakni mulai dari produser perak (Silver producer) hingga emerald.
2. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif, melalui pembagian pencapaian para pebisnis independen, sebagai sampel nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aris Winanti.(2021). Dampak Covid-19 Terhadap Harga Saham Bank Syariah Di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL SEKURITAS*, (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi ), Vol.4, No.2, Halaman: 96 – 104. <http://dx.doi.org/10.32493/skt.v4i2.6397>
- Carol Dweck .(2020).*Mindset: The New Psychology of Success*. Edisi Terjemahan. Penerbit Baca, Tangerang.
- Coughlan, Anne T., (2016).*Multi-Level Marketing Business Opportunities: Analyzing Net Economic Return and Avoidable Economic Loss to Distributors* (July 15, 2016). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2822402> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2822402>
- Dewi, S., Halawa, M., & Nifanngelyau, L. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Bisnis Property. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JPE)*, 1(1), 20-25. <https://doi.org/10.30598/jpe.v1.i1.p20-25>
- Jan Beek.(2019).*Travelling multi-level marketing schemes and whispers of fraud in Kenya*. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. Vo. 27, No. 3. Pp: 501–516. European Association of Social Anthropologists. doi:10.1111/1469-8676.12676
- MahbubahI., & PutriS. (2021, September 7). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19 Pada Peningkatan Penjualan Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Sumenep. *Behavioral Accounting Journal*, 4(1), 239-248. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/baj.v4i1.119>
- Muhammad Rizal, Ria Afrianti, Iman Abdurahman.(2021). Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) bagi Pelaku Bisnis Coffe shop. *JURNAL INSPIRASI*, Vol.1, 2, No.1. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v1i1.198>
- Nalini, S. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Nasrullah.(2018). *Magnet Rezeki*. PT Elex Media Komputindo
- Reingewertz Y (2021) An economic model of multi-level marketing. *PLoS ONE* 16(7): e0253700. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253700>
- Rhonda Byrne.(2006).*The Secret*,. Atria Books, New York.
- Satrianingrum, A., & Prasetyo, I. (2020). Persepsi Guru Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Daring di PAUD. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 633-640. doi:<https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.574>
- Subiyono.(2015). *Afirmasi Visualisasi Dan Kekuatan Pikiran Hypnosis Meta NLP*. Penerbit K-Media, Yogyakarta.
- Sukerta, I. M. R., Budiarta, I. N. P., & Arini, D. G. D. (2021). Restrukturisasi Kredit terhadap Debitur Akibat Wanprestasi Karena Dampak Pandemi Covid-



19. *Jurnal Preferensi Hukum*, 2(2), 326-331.

<https://doi.org/10.22225/jph.2.2.3329.326-331>

Suryani, E. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (studi kasus home industri klepon di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1591-1596. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.272>