

## **Analisis Faktor-Faktor Bisnis *Multi Level Marketing* Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada Pt. K-Link Syariah Lumajang**

**Devina Mara Qonitatillah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Syarifuddin, Jl. Pondok Pesantren Kiai Syarifuddin Lumajang 67358, Indonesia  
E-mail: [dhepinagqonita@gmail.com](mailto:dhepinagqonita@gmail.com)

### **Abstrak**

Dalam penelitian ini, yang akan di analisa adalah bisnis jaringan MLM Syariah sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis MLM. Dimana, banyak yang menganggap MLM sebagai cara terbaik untuk mendapatkan finansial, dan merupakan terobosan yang akan memberikan banyak “peluang” bagi yang menekuninya. Peluang untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar secara cepat, serta merupakan cara untuk bebas secara finansial

Adapun fokus masalah yang di teliti dalam penelitian ini adalah: 1). Apakah bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus, berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor 2). Variable bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor

Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1). Untuk menganalisa bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus, berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor 2). Untuk menganalisa Variable bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus yang memiliki pengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui ketepatan dan kemantapan suatu

alat ukur. Dan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis yang dikemukakan.

Adapun kesimpulan penelitian ini 1). perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, tidak berpengaruh secara signifikan sedangkan komisi dan bonus, berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor secara signifikan 2). yang memiliki pengaruh dominan adalah komisi dan bonus terhadap kebebasan finansial Distributor PT. K-Link Syariah Lumajang

**Kata Kunci :** *Multi Level Marketing*, Kebebasan Finansial

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan sebuah usaha menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan atau organisasi kepada konsumen atau masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Menurut Hughes dan Kapoor, definisi bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat<sup>1</sup>.

Indonesia saat ini sudah mengalami banyak perkembangan dibidang teknologi, Hal ini juga berpengaruh pada banyaknya perkembangan pola-pola bisnis

yang sebelumnya belum pernah ada dan sekarang sangat marak dilakukan yaitu pola bisnis dengan menggunakan sosial media sebagai media pemasaran. Banyaknya aplikasi belanja online dan maraknya e-commerce yang bermunculan di Indonesia merupakan wujud dari berkembangnya teknologi yang ada di indonesia. sistem Multi Level Marketing atau MLM juga merupakan sistem bisnis berbasis online yang saat ini berkembang dan banyak diminati masyarakat.

*Multi Level Marketing* adalah sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus menjadi tenaga pemasaran. Jadi MLM adalah konsep penyaluran

---

<sup>1</sup>Hughes dan Kapoor, *Pengantar bisnis*. Cetakan ke-11 (jakarta: Salemba Empat, 2018).15

barang (produk atau jasa tertentu) yang diberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan didalam garis kemitraannya<sup>2</sup>. *Direct Selling* (DS) berartikan sebagai metode penjualan barang atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara *face to face* diluar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan dengan mitra usaha. Bekerja menurut komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar<sup>3</sup>.

Tahapan operasional pada MLM yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor. Kemudian orang lain itu bisa mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas<sup>4</sup>. Dalam MLM terdapat unsur jasa. Hal ini bisa kita lihat

dengan adanya seorang distributor yang menjual barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan gaji dari presentasi harga barang. Selain itu, jika ia bisa menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia memperoleh bonus yang ditetapkan perusahaan<sup>5</sup>

*Multi Level Marketing* adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk bisa berupa barang atau jasa kepada konsumen, sehingga biaya distribusi barang sangat minim atau sampai ketitik nol. *Multi Level Marketing* juga meniadakan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor pada sistem berjenjang. Dalam *Multi Level Marketing* ada unsur jasa, yang berarti seorang distributor menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan gaji dari prosentasi harga barang dan apabila bisa menjual sesuai target dia mendapat bonus yang ditetapkan oleh perusahaan

Jika dilihat dari akar katanya *Multi Level Marketing* adalah *Multi*

---

<sup>2</sup> Slamet Wijoyo, *manajemen Potensi Diri* (Jakarta: Grasido, 2005), 17.

<sup>3</sup> Mic Publishing. *The Secret Of MLM*. (Surabaya: PT. Insan Cemerlang 2016), 20.

<sup>4</sup> Adreas harefa, *Multi Level Marketing*, (jakatra: PT. Gramedia Pustaka utama, 1999), 4.

---

<sup>5</sup> Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media), 46.

dapat di artikan “banyak” *Level* sama dengan “berjenjang” atau “tingkat” sedangkan *Marketing* adalah “pemasaran” jadi, *Multi Level Marketing* yaitu pemasaran yang banyak (berjenjang), karena anggota dari bisnis ini semakin banyak sehingga menjadi sebuah jaringan kerja, maka MLM disebut juga *network marketing*. Dengan kata lain, *network marketing* yaitu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan.

Istilah *Multi Level Marketing* (MLM) menurut Moch. Fachrur Rozi yaitu sistem pemasaran yang berpijak pada jaringan keanggotaan yang berhimpun pada kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa. Yaitu bisnis pemasaran yang menerapkan sistem 'keuntungan berjenjang berdasarkan tingkatan keanggotaan (membering) pada organisasi dagang.<sup>6</sup>

Sedangkan menurut Benny Santoso MLM hanyalah suatu cara bisnis alternatif yang berhubungan dengan Pemasaran dan Distribusi. Perhatian utama pada MLM adalah

menentukan metode terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi. Artinya MLM bukanlah suatu cara ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah.<sup>7</sup>

Pengertian MLM Syari'ah sendiri menurut Kuswara yaitu sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syari'ah. Dengan inilah, sistem bisnis MLM konvensional yang berkembang saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syari'ah. Aspek-aspek haram dan *syubhat* dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syari'ah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah<sup>8</sup>.

Perusahaan MLM menetapkan dengan landasan syari'ah sebagian mengacu pada sabda Rasulullah saw tentang pentingnya konsep berserikat

---

<sup>6</sup>Moch. Fachrur Rozi, *Kontroversi Bisnis MLM*, (Yogyakarta : Penerbit Pilar Humania 2005), 13

---

<sup>7</sup>Benny Santoso, *All About MLM: memahami lebih jauh MLM dan pernah-peniknya*, (Yogyakarta : Penerbit Andi 2003), 28

<sup>8</sup>Kuswara. *Mengenal MLM Syariah dari halal-haram, kiat berwira usaha, sampai dengan pengelolaannya*, (Tangerang : Qultum Media, 2005) , 28

dan berjamaah. Rasulullah saw bersabda:<sup>9</sup>

قوله صلى الله عليه وسلم قال الله تعالى  
اناثالث الشركين مالم يخُنْ احدهما صاحبه  
فاذا خانه خرجت من بينهما (رواه ابوداود)

Artinya : "Sesungguhnya Allah berfirman, Aku bersama orang-orang yang berserikat selama seorang diantara mereka tidak berkhianat kepada yang lain dan apabila telah berkhianat yang satu terhadap yang lain, maka Aku akan keluar dari mereka". (HR Imam Abu Daud). Dalam ayat al-Quran, Allah Swt. Berfirman:<sup>10</sup>

واعتصموا بحبل الله جميعا ولا تفرقوا, واذكروا نعمت الله  
عليكم اذ كنتم اعداء فالف بين قلوبكم فاصبحتم بنعمته  
اخوانا (العمران : ١٠٣)

Artinya : "Dan berpeganglah kamu kekalian kepada agama Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai. Ingatlah akan nikmat Allah kepadamu, ketika dahulu kamu bermusuhan-musuhan maka Allah menjinakkan hati kamu, lalu jadilah kamu orang-orang yang bersaudara." (QS. Ali Imran:103)

<sup>9</sup>Kuswara. *Mengenal MLM Syariah dari halal-haram*, 29

<sup>10</sup>Kuswara. *Mengenal MLM Syariah dari halal-haram*, 30

MLM Syari'ah baik secara ideologis maupun metologis merupakan bagian dari mata rantai yang tidak terpisahkan dari pertumbuhan bisnis-bisnis berbasis syari'ah lain sebelumnya seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah, reksadana syari'ah dan lain-lain. Dan pada gilirannya ialah MLM Syari'ah. *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah menurut Fachrur Rozi merupakan sebuah sistem dimana secara formal-institusional bangunan metodologinya merujuk pada kerangka dan nilai-nilai Syari'ah dalam pengertian Fiqih Islam<sup>11</sup>.

Selanjutnya, ada beberapa syarat menurut Sopian (2004:16-17) yang harus dipenuhi oleh sebuah MLM agar tidak menyalahi Syari'ah, yaitu<sup>12</sup>:

- Adanya transaksi riil atas barang/produk yang diperjual belikan
- Tidak ada *excessive mark up* harga pada barang
- Harga barang diketahui dengan jelas pada saat transaksi

<sup>11</sup>Fachrur Rozi, *Kontroversi Bisnis MLM*, 72

<sup>12</sup>Sopian. *Kontroversi Bisnis*, 16-17

- Bonus yang diberikan sejak awal harus jelas angka nisbahnya
- Tidak ada pemanfaatan pada urutan pebagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir
- Pembagian bonus seharusnya mencerminkan usaha masing-masing anggota
- Barang maupun jasa yang diperdagangkan bukan barang haram
- Sistem MLM tidak boleh mendorong pada pemborosan
- Tidak menitik beratkan pada barang-barang yang tersier ketika ummat masih bergelut dengan kebutuhan primer.

MLM Syari'ah baik secara ideologis maupun metodologis merupakan bagian dari mata rantai yang tidak terpisahkan dari pertumbuhan bisnis-bisnis berbasis syari'ah lain sebelumnya seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah, reksadana syari'ah dan lain-lain. Dan pada gilirannya ialah MLM Syari'ah. *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah menurut Fachrur Rozi merupakan

sebuah sistem dimana secara formal-institusional bangunan metodologinya merujuk pada kerangka dan nilai-nilai Syari'ah dalam pengertian Fiqih Islam<sup>13</sup>.

Berdasarkan pengertian diatas, *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu cara untuk memasarkan suatu produk. Jadi, MLM berhubungan dengan metode memasarkan suatu produk dengan menerapkan sistem 'keuntungan berjenjang' dan memanfaatkan sebuah jaringan kerja (keanggotaan). Dengan kata lain, MLM adalah sebuah mekanisme pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha memperoleh komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan pada kelompoknya.

MLM merupakan salah satu sistem bisnisnya dengan memasarkan produk menggunakan member sebagai pembeli, konsumen, pemasar,

---

<sup>13</sup>Fachrur Rozi, *Kontroversi Bisnis MLM*, 72

dan juga sebagai distributor. MLM ini juga sebagai networking marketing karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran. Perkembangan bisnis dengan sistem MLM ini, telah banyak diikuti oleh perusahaan-perusahaan, seperti Oriflame, Tienchi, dan sekarang lagi maraknya dikalangan masyarakat menengah adalah PT. K-Link Syariah.

Konsep *Multi Level Marketing* sesungguhnya sangat sederhana dan siapapun yang mempelajari mekanisme akan sampai pada kesimpulan bahwa *Multi Level Marketing* merupakan sistem pemasaran yang efektif dan efisien, sekalipun demikian banyak juga orang yang tidak akan memperoleh peluangnya

*Multi Level Marketing* adalah salah satu strategi pemasaran dengan membangun saluran distribusi untuk memindahkan produk dan jasa

langsung ke konsumen. Strategi seperti ini membuka sebuah peluang bagi seseorang yang ingin memiliki usaha sendiri / wiraswasta. Bisnis MLM menjadi sebuah bisnis dambaan. Setiap orang yang ingin memiliki sebuah bisnis pasti menginginkan adanya bimbingan dari seseorang yang lebih memiliki pengalaman dalam bisnis. Dalam bisnis MLM, setiap orang akan mendapatkan bimbingan yang berasal upline yaitu rekan kerja yang telah mengajak seseorang untuk menekuni usaha MLM. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki, serta membimbing saat menjalankan bisnis ini.<sup>14</sup> Dalam bisnis MLM Klink ini ada beberapa indikator, berikut penjelasannya :

- Rekrutmen

Rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar untuk dipekerjakan dalam dalam suatu organisasi<sup>15</sup>.

Menurut Schermerhorn mendefinisikan bahwa rekrutmen

---

<sup>14</sup>Komara, *buku kerjafondation pack*, (PT. K-link Indonesia, 2012, 5

<sup>15</sup> Faustino cardoso gomes, *Menejemen Sumber Daya Manusia*, (jogjakarta: andiofset, 1995), 58.

adalah proses penarikan sekelompok kandidat untuk mengisi porsi yang lowong. Pengrekrutan yang efektif akan membawa peluang pekerjaan kepada perhatian dari orang-orang yang berkemampuan dan keterampilannya memenuhi spesifikasi pekerjaan<sup>16</sup>. Kemudian Noe et.al mengemukakan bahwa perusahaan harus membuat keputusan pada 3 aspek, berikut saat melakukan rekrutmen:

- Kebijakan Personalia (*Personnel Policies*)
- Sumber Rekrutmen (*Recruitment Sources*)
- Karakter dan Perilaku *Recruiter* (*Characteristics and Behaviors of The Recruiter*)<sup>17</sup>

Tujuan utama dari proses rekrutmen dan seleksi adalah untuk mendapatkan orang yang tepat bagi suatu jabatan tertentu, sehingga orang tersebut mampu bekerja secara optimal dan dapat bertahan di perusahaan untuk waktu yang lama.

Meskipun tujuannya terdengar sangat sederhana, proses tersebut ternyata sangat kompleks, memakan waktu cukup lama dan biaya yang tidak sedikit dan sangat terbuka peluang untuk melakukan kesalahan dalam menentukan orang yang tepat. Kesalahan dalam memilih orang yang tepat sangat besar dampaknya bagi perusahaan atau organisasi. Indikator dalam rekrutmen sebagai berikut :

- *Prospecting*: menambah kenalan baru yang dapat di ajak untuk bermitra
- *Presentasi*: Merupakan jalan sebuah perusahaan sangat efektif dalam memperkenalkan suatu tawaran bisnis apapun
- *Edifikasi*: Merupakan suatu sifat menghargai, menghormati, dan mempromosikan. edifikasi tersirat melalui ucapan, tindakan dan ekspresi

#### ➤ Sistem Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan secara umum yaitu segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka

<sup>16</sup> Schermerhorn, *manajemen*, (Yogyakarta: ANDI, 1997), 39.

<sup>17</sup> Jackson dan Randal S, *Manajemen Sumber Daya*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 95.



melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan.<sup>18</sup>

Menurut Rivai pelatihan adalah proses secara sistem mengubah perilaku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini<sup>19</sup>

Menurut Sondang P siagian definisi pelatihan yaitu proses belajar mengajar yang menggunakan teknik dan metode tertentu secara konseptual bisa dikatakan bahwa latihan dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja seseorang atau sekelompok orang. Biasanya yang telah bekerja di suatu organisasi yang efisiensi, efektivitas dan produktivitas kerjanya dirasakan perlu untuk bisa ditingkatkan secara terarah dan pragmatik<sup>20</sup>.

Indikator dari sistem pendidikan dan pelatihan pada

sistem *Multi Level Marketing* yaitu Teachable yang merupakan sikap seseorang yang siap belajar

- Penjualan Produk

MLM adalah salah satu cabang dari Direct Selling (penjualan langsung). Direct Selling (DS) bermakna sebagai cara penjualan barang (produk) dan atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan metode tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha. Bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar.<sup>21</sup>

Indikator dari penjualan produk, komisi dan bonus pada sistem *Multi Level Marketing* sebenarnya sudah mencakup pada sistem pendidikan dan pelatihan dengan perekrutan anggota baru karena bisa terjualnya produk K-link dan bisa mendapatkan bonus harus melakukan prospek, presentasi,

---

<sup>18</sup> Soekidjo Notoatmojo, *Pengertian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 46.

<sup>19</sup> Rivai, *evaluasi program Pelatihan*, (Surabaya: Pustaka pelajar, 2005), 225.

<sup>20</sup> Sondang p siagian, *Managemen Sumber Daya Manusia*, ( Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), 02.

---

<sup>21</sup> Mic Publishing, *The secret book of MLM*, (Surabaya: PT. Insan Cemerlang, 2016), 20.

edifikasi dan kesiapan distributor untuk siap belajar dengan menggunakan sistem pelatihan dan pendidikan yang ada di PT. K-LINK

- Komisi dan Bonus

Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.

Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

Indikator dari penjualan produk, komisi dan bonus pada sistem *Multi Level Marketing* sebenarnya sudah mencakup pada sistem pendidikan dan pelatihan dengan perekrutan anggota baru karena bisa terjualnya produk K-link dan bisa

mendapatkan bonus harus melakukan prospek, presentasi, edifikasi dan kesiapan distributor untuk siap belajar dengan menggunakan sistem pelatihan dan pendidikan yang ada di PT. K-LINK

Dalam MLM disimpulkan merekrut yaitu , menurut seseorang (sponsor kita) menjadi bagian atau anggota jaringan (*network members*). Jenjang atau level dengan adanya sistem penjenjangan atau tingkatan bagi setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. yaitu anggota mampu merekrut beberapa *down line*, dan mampu membina *down line*-nya

Dan akhirnya, MLM banyak yang dianggap sebagai “terobosan baru” yang luar biasa, cara sangat baik untuk mendapatkan uang dan merupakan terobosan yang akan menambah banyak “peluang” bagi yang melakukannya. Peluang tersebut adalah peluang untuk memperoleh penghasilan yang lebih besar secara efektif, serta merupakan metode untuk “bebas secara finansial”.

Membahas tentang bebas secara financial, Robert T. Kiyosaki menjelaskan dalam bukunya *The CASHFLOW Quadrant* : panduan ayah kaya menuju kebebasan finansial. Pada buku ini bercerita tentang seorang Ayah Kaya yang membimbing menuju kekayaan besar dan kebebasan finansial. Yaitu cara Ayah Kaya menginformasikan perbedaan antara sisi kiri *The CASHFLOW Quadrant*, kuadrant "E" dan "S", dengan yang kanan atau kuadrant "B" dan "I". *The CASHFLOW Quadrant* mewakili berbagai metode yang berbeda, dengan mana penghasilan atau uang diperoleh. Sebagai contoh, seorang "E" memperoleh uang dengan memiliki pekerjaan dan bekerja untuk orang lain atau sebuah perusahaan. Orang "S" menghasilkan uang dengan bekerja untuk pribadi sendiri. Seorang "B" mempunyai usaha yang memperoleh uang, dan "I" memperoleh uang dari bermacam investasi mereka –dengan kata lain, uang memperoleh uang yang lebih banyak. Jadi melalui berbisnis jaringan melalui MLM/Network

Marketing berarti seseorang sudah berpindah kuadrant dan ada pada kuadrant I, sebelah kanan. Seseorang yang ada pada kuadrant sebelah kanan menurut Robert T. Kiyosaki akan mendapat peluang untuk menghasilkan penghasilan yang tidak ada batasnya.<sup>22</sup>

Kebebasan finansial menurut Robert T. Kiyosaki yaitu orang-orang yang ada pada sisi kanan *Cashflow Quadrant*. Yaitu mereka membuat aringan untuk mencapai kesuksesan. Sebagai indikator potensi penghasilan mereka tidak ada batas yang didasarkan pada waktu orang lain dan uang orang lain yang bekerja bagi mereka. Sebagian besar dari kita pernah mendengar bahwa rahasia memperoleh kekayaan besar adalah *OPT-Other People's Time* (Waktu Orang Lain) dan *OPM- Other People's Money* (Uang Orang Lain).

*OPT* dan *OPM* menemukandi sisi kanan *Quadrant*. banyak orang yang bekerja di sisi kiri *Quadrant* adalah *OP* (*Other People*) yang waktu dan

---

<sup>22</sup>Robert T.kiyosaki, Sharon L.lechter, *The Business School. Cet ke-7*.(jakarta:PT. Gramedia, 2002).101

uangnya dipergunakan. Dengan kata lain, pekerjaan yang efektif menghasilkan kerja yang lebih keras dan jam kerja yang lebih panjang. Sedangkan pada *Quadrant* sebelah kanan berarti kita bekerja lebih sedikit, memperoleh lebih banyak dan menikmati lebih banyak waktu luang.

Orang yang berada disebelah kanan *Cashflow Quadrant* menurut Robert T. Kiyosaki sudah mencapai "Kebebasan Finansial", walaupun kebebasan finansial dapat ditemukan pada keempat kuadrant ini. Akan tetapi, keterampilan "B" atau "I" akan membantu mendapat target finansial dengan lebih cepat. Seorang "E" yang berhasil seharusnya menjadi seorang "I" yang berhasil juga. "I" dan "B" merupakan tempat kebebasan finansial, karena pada kuadrant "B", orang-orang bekerja baginya dan pada kuadrant "I", uang bekerja untuk kita. Kita bebas untuk bekerja atau tidak bekerja. Dalam kedua kuadrant ini memberi kita kebebasan fisik seutuhnya dari keharusan bekerja.

Secara sederhana yang memperlihatkan perbedaan antara sisi kiri "E" / "S" dengan sisi kanan

"B" / "I" yang merupakan tempat kebebasan finansial yaitu, bahwa seseorang yang berada disebelah kiri kuadrant dapat dikatakan seorang yang mempunyai sebuah pekerjaan. Sedangkan disebelah kanan kuadrant merupakan seorang yang mempunyai sebuah "sistem" dan kemudian menyewa orang-orang berkompeten untuk melakukan sistem tersebut.

Robert T. Kiyosaki menunjukkan bahwa di sisi kiri Kuadrant, karyawan dan orang yang bekerja sendiri mewakili metode mendapatkan uang sendirian, sebagai pribadi. Artinya potensi penghasilannya terbatas, terbatas karena pada kemampuan mereka sendiri dan waktu pribadi mereka untuk bekerja. Namun orang-orang sukses di sisi kanan Kuadrant bekerja dalam tim. Mereka membentuk jaringan sendiri untuk mencapai kesuksesan. Potensi penghasilannya tidak terbatas karena didasarkan pada waktu orang lain dan uang orang lain yang bekerja untuk mereka.

*The Cashflow Quadrant* yaitu tentang keempat jenis orang yang berbeda yang ada pada dunia bisnis,

tentang siapa diri mereka dan apa yang membuat individu di masing-masing kuadran unik. Kita masing-masing menempati sedikitnya satu dari keempat kuadran *cashflow quadrant*, berikut adalah *Cashflow Quadrant*. Huruf dari masing-masing kuadran mewakili



E : *employee* (pegawai)

S : *Self-Employed*  
(pekerja lepas)

B : *Business Owner* (pemilik usaha)

I : *Investor* (penanam modal)

#### **Kuadran 1 (Employee)**

**"E" (pegawai)**, seseorang yang berasal dari kuadran "E" atau pegawai, memungkinkan akan berkata "saya mencari pekerjaan yang aman dan menjamin, dengan bayaran tinggi dan tujuan bagus". "Aman" atau "tunjangan" yang biasa mereka katakan. Golongan ini ingin rasa takutnya dipuaskan dengan beberapa derajat kepastian, itu sebabnya ia

mencari keamanan dan perjanjian yang mengikat dalam hal pekerjaan.

Seorang pegawai (*employee*) adalah mereka yang bekerja kepada pihak lain (pengusaha). Mereka bias staff, manager sampai direktur suatu perusahaan. Pada golongan ini hanya mencari keamanan dalam bidang finansal/keuangan berupa gaji tetap tiap bulan dan segala macam jaminan termasuk pension. Yang paling penting bukanlah apa yang mereka lakukan, tapi perjanjian mengikat yang mereka miliki dengan orang atau organisasi yang mempekerjakannya.

#### **Kuadran 2 (self-employed)**

**"S" (pekerja lepas/mandiri)**, seorang yang berasal dari kuadran "S", atau pekerja lepas/mandiri, kemungkinan akan berkata: "sayasepertinya tak bisa menemukan orang yang mau bekerja dan melakukan tugas ini dengan benar" atau "saya menggunakan 20 jam tenaga saya dalam proyek ini". golongan ini oleh Robert T. Kiyosaki dinamai "kelompok-melakukan-sendiri". Jika menyangkut rasa takut dan resiko finansial, mereka

ingin “menaklukan benteng dengan memegang tanduknya”.

Kelompok “S” terdiri dari mereka yang mempunyai profesi relative mandiri (bekerja untuk dirinya sendiri), tidak bergantung dengan orang lain. Dalam golongan ini termasuk wiraniaga komisi langsung -agen *real estate*, misalnya juga pemilik bisnis kecil seperti pemilik toko eceran, memiliki restoran, konsultan, ahli terapi, pengacara, artis, dokter dan sebagainya. Uang pada golongan ini bukanlah yang terpenting; kemandirianlah yang terpenting. Jadi , pekerjaan yang secara prinsip tidak bisa dikerjakan oleh orang lain kecuali oleh dirinya sendiri dan atau di bantu orang lain.

### **Kuadran 3 (*business owner*)**

“B” (pemilik usaha), yaitu mereka yang mempunyai usaha sendiri, mereka tidak bekerja sendiri, akan tetapi di Bantu oleh pekerjanya (memperkerjakan orang lain). Moto sejati *business owner* adalah “mengapa melakukannya sendiri kalau kau bisa menyewa orang lain untuk melakukannya bagimu, dan mereka bisa melakukannya dengan lebih

baik?”. Golongan ini bisa dikatakan sebagai lawan “S”. Untuk menjadi berhasil dalam bisnis, keterampilan teknis diperlukan seperti mengkaji laporan keuangan, pemasaran, penjualan, negoisasi dan sangat ditekankan pada belajar cara bekerja sama dan memimpin. “keterampilan teknis bisnis mudah dipelajari... yang sulit yaitu bekerja sama dengan orang lain, untuk menjadi berhasil sebagai “B” diperlukan:

- kepemilikan atau pengendalian sistem
- kemampuan memimpin orang

Seseorang yang beroperasi dari kuadran “B” atau pemilik bisnis kemungkinan berkata: “saya mencari seseorang prisiden baru untuk menjalankan perusahaan saya”.

### **Kuadran 4 (*Investor*)**

“I” (penanam modal/investor). Adalah para pemegang saham yang menanamkan uangnya sehingga menghasilkan uang. Dalam golongan ini mereka tidak bekerja untuk uang, akan tetapi uang bekerja untuk mereka. Karena tanpa harus bekerja mereka sudah memperoleh uang (*passive income*). Investor menjadikan

uang dengan uang. Mereka tidak perlu bekerja karena uang mereka bekerja bagi mereka. Kuadran "I" yaitu karena bermain golongan kaya. Di kuadran manapun orang memperoleh uang, apabila berharap suatu hari akan kaya, mereka pada akhirnya harus memasuki kuadran "I".

Jadi *Cashflow Quadrant*, adalah menjelaskan perbedaan tentang metode mendapatkan penghasilan, entah sebagai "E" (pegawai), "S" (pekerja lepas), "B" (pemilik bisnis) atau "I" penanam modal.

Dalam bukunya Robert T. Kiyosaki dikatakan bahwa "*Orang - orang sukses mencari dan membangun jaringan, orang - orang lain mencari pekerjaan*" jadi Orang-orang sukses yaitu mereka yang berhasil mencari dan membangun jaringan. Kita boleh memiliki ide atau produk terbaik, tetapi hanya akan sukses jika kita memiliki jaringan untuk memberi tahu orang tentangnya dan jaringan distribusi untuk menjualnya.

Beberapa bisnis paling sukses yang dapat kita ketahui ternyata disebabkan karena jaringan

pelanggan, wiraniaga, pemasok dan sebagainya. Sebagai contoh, sekarang ada dua jenis bisnis yang memanfaatkan jaringan sebagai landasan operasionalnya. Yaitu, waralaba dan *network marketing*.

Waralaba yaitu bentuk jaringan bisnis yang terdiri dari banyak pengusaha yang bekerja bersama dengan sistem yang sama. *Restoran Ayam Bakar Wong Solo* milik Puspo Wardoyo misalnya, restoran ini menawarkan sistem pengelolaannya kepada siapa saja yang mau. Pemiliknya tinggal mengutip *fee*, baik dari *initial*, royalti, *management*, atau *technical*. Dan bisnis inilah yang memanfaatkan kekuatan jaringan.

Sedangkan *network marketing* bukanlah jaringan bisnis terwaralaba, tetapi jaringan pribadi terwaralaba. Keutamaan sistem pemasaran jaringan ini yaitu kekuatan hukum Metcalf. Kunci mendapat kesuksesan finansial adalah dengan menemukan dan membangun jaringan. Orang-orang yang ada pada bisnis jaringan yaitu bekerja dalam tim. Dalam bisnis jaringan mempunyai potensi penghasilan tidak terbatas (*bebas*

*finansial*) karena didasarkan pada waktu orang lain dan uang orang lain yang bekerja bagi mereka. beberapa bisnis paling sukses yang kita ketahui kebanyakan disebabkan karena jaringan pelanggan, wiraniaga, pemasok dan sebagainya. Ide atau produk akan sukses jika kita mempunyai jaringan untuk memberi tahu orang tentangnya dan jaringan distribusi bagi yang menjualnya.<sup>23</sup>

Indikator yang menjadi kebebasan finansial yaitu penghasilan dari distributor yang tidak ada batas yang didasarkan pada waktu dan uang

Peneliti pemasaran jaringan dari Hawaii, keturunan Amerika menjuluki sebagai Jaringan pribadi terwaralaba. Keutamaan sistem pemasaran jaringan ini yaitu bahwa kekuatan hukum Metcalf dapat digunakan oleh orang rata-rata, orang-orang seperti kita, dengan melalui mematuhi hukum tersebut. Rumus ini dapat dilihat pada kasus jaringan mesin faks. Jika hanya ada satu mesin faks di dunia ini, ia benar-benar tidak memiliki nilai

ekonomis. Tapi, ketika ada dua mesin faks, pandangan Hukum Metcalf, nilai ekonomis mesin faks tersebut sekarang menjadi pangkat dua. Nilai ekonomis jaringan tersebut naik dari 0 menjadi 4. Jika menambahkan mesin faks ketiga, nilai ekonomis jaringan tersebut naik menjadi 4 ke 9. Apabila jumlah mesin faks bertambah terus, maka nilai ekonomis akan berlipat pula. Dengan kata lain, nilai ekonomi dari jaringan naik menurut deret ukur, bukan deret hitung.

Berkembangnya industri MLM di Indonesia ini adalah fenomena yang sangat menarik, Menurut data APLI, saat ini ada sekitar 200-an perusahaan yang menggunakan sistem MLM dan masing-masing mempunyai karakteristik, spesifikasi, pola, sistem dan model tersendiri. Perusahaan MLM yang menggunakan basis syariah menjadi dasar secara individual dan di antaranya ada puluhan sampai ratusan ribu orang yang mengikuti pada perusahaan MLM tersebut. Salah satu perusahaan MLM syariah di Indonesia bahkan di dunia adalah K-link. K-link merupakan perusahaan yang

---

<sup>23</sup>Publishing, *The Secret Of MLM*, 15.



memasarkan produk produk kesehatan yang syariah maksudnya suci, halal dan baik yang diawasi langsung dewan syariah.

Pada dasarnya perusahaan ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan MLM pada umumnya, yaitu dengan melaksanakan pemasaran produk-produk tertentu dengan sistem berjenjang. Artinya setiap distributor mendapatkan manfaat dengan memperluas jaringan seluas-luasnya untuk mendapatkan pendapatan yang dihitung melalui keaktifan jaringannya, K-link memposisikan diri sebagai perusahaan MLM dengan marketing plan bersertifikasi syariah dan cara bisnis yang sesuai dengan kaidah syariah.

Produk dan bisnis yang dijalankan oleh perusahaan K-LINK menggunakan landasan '*Unity is Power*' yang menjadi haluan untuk menjalankan bisnis yang sangat menguntungkan bagi para distributor. Karena perusahaan K-LINK mempunyai prinsip bahwa keberhasilan bisa didapatkan dengan kerja sama tim yang sangat kuat. Kebiasaan tersebut mendorong

konsisten dijalankan perusahaan K-LINK. Produk yang dipasarkan oleh K-LINK diantaranya produk suplemen kesehatan, perawatan tubuh, kecantikan, UIE, serta beberapa produk perawatan kendaraan bermotor dan rumah tangga. Diantaranya dari produk K-LINK yang sudah banyak populer di masyarakat antara lain, K-Ion Nano, K-Liquid Chlorophyll, K-OmegaSqua Plus dan Ayurveda Series. K-LINK memiliki sistem yang mampu menaikkan kemampuan para Distributor, agar dapat berhasil di bisnis yang menguntungkan ini. Dengan lebih dari 2,4 juta anggota membuktikan bahwa K-Link Indonesia merupakan salah satu perusahaan Digital Network Marketing berbasis Syariah terbesar di Indonesia.

Dilihat dari rincian diatas, maka penulis ingin meneliti bisnis jaringan MLM (syaria'h) khususnya K-Link sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis jaringan pribadi, pada kebebasan finansial (distributor). Dan ingin mendapat jawaban apakah bisnis jaringan MLM (syaria'h) K-Link dapat

memberikan kebebasan finansial (berpindah kuadran). Dengan ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian bisnis jaringan Multi Level Marketing (MLM) terhadap MLM Syaria'ah ini. Adapun judul penelitian ini adalah **Analisis Faktor-Faktor Bisnis Multi Level Marketing Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada PT. K-Link Syariah Lumajang.**

## PERMASALAHAN

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

- H1 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) K-LINK yaitu perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1) ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y)
- H2 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) K-LINK yaitu Sistem pendidikan dan pelatihan (X2) ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y)
- H3 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) K-LINK

yaitu Penjualan produk (X3) ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y)

- H4 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) K-LINK yaitu komisi dan bonus (X4) ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y)

## METODOLOGI PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam pendekatan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan alasan karena metode ini sifatnya lebih obyektif jika dibandingkan dengan kualitatif dan kuantitatif ini juga akan diinterpretasi oleh semua orang, yang mana dalam data kuantitatif ini nanti menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penafsiran data tersebut, serta penampilan dari hasilnya<sup>24</sup>.

Jenis penelitian kuantitatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan

<sup>24</sup> Nurul Jannah, *Pengaruh Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada Bmt Ugt Sidogiri Capem Ranuyoso Lumajang.*(Skripsi, Institut Agama Islam Syarifuddin,2014). 25

untuk mengetahui pengaruh perekrutan anggota baru, sistem pendidikan dan pelatihan, penjualan produk, komisi dan bonus terhadap kebebasan finansial PT.Klink.

### **Teknik Pengumpulan Populasi dan Sampel**

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan<sup>25</sup>. Populasi pada penelitian ini adalah 101 distributor aktif *Multi level Marketing* PT. K-Link Syariah Lumajang.

Sampel yaitu sebagian populasi atau bagian pada jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi, apa yang dipelajari pada sampel itu, kesimpulannya maka diperlakukan sebagai populasi, maka dari itu sampel harus representatif<sup>26</sup>. Agar supaya ukuran sampel yang diteliti dapat representatif maka dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

$n$  = Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Perkiraan tingkat kesalahan

Jika jumlah subyek kurang dari 100, maka lebih baiknya untuk diambil semua, tetapi jika lebih dari 100, maka dapat diambil sampel antara 10% - 15% atau 20% - 25%.

### **Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri atas perekrutan anggota baru, sistem pendidikan dan pelatihan, penjualan produk, komisi dan bonus, sementara itu variabel dependennya adalah kebebasan finansial.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS. Alat analisis data yang berupa uji asumsi klasik (meliputi uji normalitas,

<sup>25</sup> Sugiono. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Bandung : Alfabeta 2006), 20.

<sup>26</sup> Sugiono, *Penelitian Kualitatif*, 21.

multikolonearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Analisis regresi linear bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### **Instrumen Pengumpulan data**

Instrumen penelitian ini merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa macam instrumen penelitian, seperti kuisinier, angket, *Interview* (wawancara), dan dokumentasi.

#### ➤ **Interview (wawancara)**

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti yakni dengan cara bertanya langsung secara tatap muka yang menyangkut data-data penting dalam proses penelitian. Peneliti mengumpulkan data dalam suatu penelitian *Interview* (wawancara) dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden.<sup>27</sup>

#### ➤ **Kuisinier**

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang melakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### ➤ **Angket**

Suatu susunan catatan-catatan yang akan dijadikan bahan pertanyaan peneliti untuk bahan pengumpulan data, guna melengkapi penyusunan penelitian dengan benar dan sesuai dengan fakta yang ada.<sup>28</sup>

#### ➤ **Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk pengumpulan bukti-bukti dan keterangan-keterangan seperti gambar, dan kutipan.<sup>29</sup> Untuk data yang diinginkan peneliti dari metode dokumentasi ini adalah tentang Analisis Bisnis Multi Level Marketing Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada PT. K-Link Syariah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Data Deskriptif**

---

<sup>27</sup>Suyanto Bagong, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2006), 69.

---

<sup>28</sup>Sugiono. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Bandung : Alfabeta 2006) 20; Idem, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2008), 142.

<sup>29</sup>Bagong, *Metode Penelitian*, 361.

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Berkaitan dengan penentuan sampel sebagai acuan-ancuan maka apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua. Selanjutnya jika subjeknya besar, dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Memperhatikan uraian tersebut, karena jumlah populasi dalam penelitian ini 100 orang, maka benarkan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (*Random Sampling*), sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

$d^2$  = Presisi (ditetapkan 20%

dengan tingkat kepercayaan 95%)

$$n = \frac{101}{(101) \cdot 0,2^2 + 1} = \frac{101}{4,04 + 1} = \frac{101}{5,04} =$$

20,039

## Analisis Data Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sebuah data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisinoer. Yang digunakan pada penelitian ini teknik *product moment Pearson's*. Answar dan Sugiyono mengemukakan bahwa keputusan pada sebuah butir pertanyaan bisa dianggap valid jika koefisien korelasi *product moment Pearson's* lebih dari 0,3.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsistensi jika pengukuran tersebut diulang. Reabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Sebuah instrumen harus reliable, dalam arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu

mengungkap data yang bisa dipercaya.<sup>30</sup> Uji reabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach's*, suatu instrumen dikatakan reliable apabila nilai *alpha* lebih besar dari 0,06.

### Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel *independent* dalam model regresi. Apabila terjadi suatu multikolinearitas, maka nilai parameter estimasi dari variabel berikut tidak tertentu karena mempunyai standard error yang tinggi sehingga parameternya secara statistik tidak signifikan.

Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan, salah satunya dengan melihat *Varian Inflation Faktor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika  $VIF > 5$ , maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya. Apabila nilai

$VIF > 5$ , maka terjadi multikolinieritas, begitu nuga sebaliknya, jika  $VIF < 5$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>31</sup>

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan uji *Glejser*, yaitu untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan yaitu signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>32</sup>

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya

---

<sup>30</sup>Arinkunto Suhargin, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 178-179.

---

<sup>31</sup> Damodar Gujarati, *Ekonomitrika Dasar*, (Jakarta: Erlangga, 1991), 299.

<sup>32</sup>Damodar Gujarati, *Ekonomitrika Dasar*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 187.

penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidaknya adanya autokorelasi dalam model regresi . Metode pengujian yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Waston (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4-dL$ , maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika DW terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika DW terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau di antara  $(4-dL)$  dan  $(4-dU)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Uji  $t$  digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Di uji dengan rumusan sebagai berikut:<sup>33</sup>

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

$t$  = Hasil hitung

$b$  = Koefisien regresi variabel bebas

$Sb$  = Standart error variabel bebas

Standart error variabel bebas dapat ditentukan dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$Sb = \frac{Se}{\sqrt{(\sum X^2) - (\sum X)^2 / n}}$$

$$Sb = \frac{\sqrt{\sum Y^2 - a \sum Y - b \sum XY / n - 2}}{\sqrt{(\sum X^2) - (\sum X)^2 / n}}$$

Kriteria pengujian:

- Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y).

- Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y).

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel

<sup>33</sup>Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 83.

dependen. Pengaruh tersebut memiliki tingkat signifikansi pada  $\alpha$  5%. Adapun metode untuk menentukan nilai signifikan apabila nilai signifikan  $< 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Di uji dengan rumus sebagai berikut:

$$df1 = k-1 \quad ; \quad df2 = n-k$$

$$Uji F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi Probabilitas Fisher

$R^2$  = Koefisien korelasi

k = Jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

Penolakannya hipotesis atas dasar signifikansi pada taraf nyata 5% (taraf kepercayaan) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen).
- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang

berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen).

Penelitian ini megunakan analiasi regresi berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua variabel atau lebih. Hal ini untuk mengetahui pengaruh bisnis jaringan PT. K-Link Syariah terhadap kebebasan finansial. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengetahui varibel dari bisnis jaringan MLM Syariah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kebebasan finansial. Dan model persamaan regresi berganda menurut Sugiyono<sup>34</sup> yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat yaitu Kebebasan Finansal

a = Bilangan konstanta sebagai titik potong

e = Standart error

$b_1 - b_4$  = Koefisien regresi  $X_1 \dots X_4$

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Koefisien Regresi Secara

<sup>34</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian*, 145.



Parsial (Uji  $t$ ) diketahui bahwa Pengrekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial (Y) karena Nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-0,805 < 2,131$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sistem pendidikan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial (Y) karena nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0,274 < 2,131$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Penjualan produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial (Y) karena nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0,449 < 2,131$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Komisi dan bonus (X4) berpengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial (Y) karena nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2,737 > 2,131$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

➤ Pengaruh Pengrekrutan Anggota Baru (Jenjang Atau Level) Terhadap Kebebasan Finansial

Variabel Pengrekrutan Anggota Baru (Jenjang Atau Level) memiliki nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-0,805 < 2,131$ ) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial distributor. Ini

terbukti, karena setiap distributor yang mampu merekrut banyak *down line* peringkatnya tetap tidak akan naik. Tetapi jika mampu membina *down line* untuk melakukan hal serupa, peringkatnya akan terus meranjak sesuai dengan bertambahnya jaringan. Jika ini terus berjalan maka pertumbuhan eksponensial akan terjadi dan kebebasan finansial akan terwujud.

Untuk itu, proses pengrekrutan anggota baru harus benar benar di perhatikan karena tidak memiliki pengaruh terhadap kebebasan finansial. Maka sangat penting bagi siapa pun khususnya distributor K-Link Syariah yang ingin sukses untuk dapat memahami dan menguasai keterampilan mencari dan membangun jaringan. Menurut buku kerja *foundation pack* PT. K-Link Syariah tidak cukup hanya dengan proses *follow up* tetapi harus dijaga agar orang orang yang menjadi bagian atau anggota jaringan (*network members*) terhindar dari anggota yang tidak aktif (*down line* tidur)

➤ Pengaruh Sistem Pendidikan dan Terhadap Kebebasan Finansial

Alasan utama mengapa Robert T. Kiyosaki merekomendasikan sebuah bisnisjaringan adalah karena sistem pendidikannya. Dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0,274 < 2,131$ ), variabel sistem pendidikan dan pelatihan tidak memiliki signifikan terhadap variabel terikat kebebasan finansial. Tidak berpengaruhnya sistem pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial. Tetapi secara *implicit* sistem pendidikan memiliki pengaruh yang besar terhadap kemajuan (usaha dan karakter) distributor

Sistem pendidikan merupakan bagian terpenting di dalam perusahaan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut benar benar berminat untuk melatih dan mendidik karyawan/ anggotanya (distributor). Sistem pendidikan yang ada juga harus mampu mengubah hidup yaitu pendidikan yang memiliki rancangan yang mempunyai kekuatan untuk membuat perbedaan besar dalam hidup. Kalau rancangan pendidikannya bagus, maka tidak

memutup kemungkinan akan dapat meningkatkan hidup anggota atau distributor menjadi lebih baik.

Untuk itu distributor harus belajar kepada orang-orang yang berada dipuncak atau orang-orang sukses dalam bisnis jaringan tersebut begitu juga sebaliknya orang yang sukses dalam bisnis jaringan ini harus membagi pengalaman tentang keberhasilannya. Dalam pemasaran jaringan, orang-orang dipuncak yang mengajar harus sukses terlebih dahulu dalam dunia nyata, atau mereka tidak akan berada dipuncak.

#### ➤ Pengaruh penjualan produk terhadap kebebasan finansial

Seperti variabel bisnis jaringan MLM Syariah lainnya, variabel penjualan produk juga harus mendapatkan cukup perhatian dalam melaksanakan penjualan produk. Proses penyaluran barang (produk atau jasa tertentu) akan memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlihat secara aktif sebagai penjual dan akan memperoleh keuntungan dalam garis kemitraannya.

Dalam rekapitulasi skor variabel, penjualan produk variabel yang diyakini peserta adalah kontribusi variabel yang memiliki kontribusi paling besar, dan setelah memasuki proses perhitungan variabel penjualan produk  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (0,449 < 2,131), menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebebasan finansial. Penjualan produk memang tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial secara langsung, tetapi secara tidak langsung keberhasilan penjualan produk akan berimbas kepada naiknya komisi dan bonus. Dan komisi dan bonus memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebebasan finansial.

#### Pengaruh Komisi Dan Bonus Terhadap Kebebasan Finansial

Dalam menjalankan sebuah aktifitas, biasanya seseorang didorong oleh motivasi. Begitu pula yang menjalankan bisnis MLM, pasti ada motivasi yang mendorongnya. Ada motifasinya karena produknya memang dibutuhkan, ada yang motifasinya karena pendidikan

bisnisnya, ada yang motifasinya ideologis dan ada juga yang motifasinya karena MLM menawarkan komisi dan bonus.

Dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,737 > 2,131), menunjukkan bahwa komisi dan bonus merupakan variabel bisnis jaringan MLM Syariah yang berpengaruh terhadap kebebasan finansial secara individu. Ini berarti komisi dan bonus yang diberikan K-Link Syariah sesuai dengan yang diharapkan dan dapat mengarah ke bebas finansial

Dari berbagai analisis dan pengujian yang dilakukan, keempat variabel independent yakni perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), sistem pendidikan (X2), penjualan produk (X3), tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial sedangkan komisi dan bonus (X4) berpengaruh terhadap kebebasan finansial pada (Uji t)

Besarnya (R Square) adalah sebesar 36,3% memberikan makna bahwa proporsi keragaman dalam variabel kebebasan finansial (Y) yang dijelaskan oleh keempat

variabel bebas didalam model regresi adalah sebesar 36, 3%. Artinya, variabel variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan kebebasan finansial sebesar 36, 3%, sedangkan sisanya 63,7% masih dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Dengan demikian, pernyataan Robert T. Kiyosaki “ dengan berbisnis jaringan melalui MLM / *Network Marketing* berarti telah berpindah kuadran dan berada di kuadran I, sebelah kanan. Seseorang yang berada di kuadran sebelah kanan akan memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan yang tidak terbatas ( bebas finansial)” berdasarkan penelitian ini, maka pernyataan tersebut akan dapat terwujud dalam bisnis jaringan *Multi Level Marketing* K-Link Syariah ini jika semua variabel di jalankan dengan baik dan seimbang.

Jika keempat variabel bisnis jaringa MLM Syariah yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), sistem penddikan, penjualan produk, serta komisi dan

bonus dijalankan dengan seimbang dan ditekankan dengan baik, maka bukan tidak mungkin kebebasan finansial akan terwujud, bahkan lebih dari kebebasan finansial. Mengingat dalam K-Link Syariah kebebasan finansial bukanlah tujuan akhir, adal yang lebih penting dari sekedar bebas finansial yaitu “passive amal”

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. K-Link Syariah di Lumajang mengenai Analisis Bisnis *Multi Level Marketing* Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada PT. K-Link Syariah serta hasil analisis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

➤ Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas dari item item dalam setiap variabel menunjukkan bahwa nilai signifikan antar item berasa diatas nilai yang di standarkan, dengan demikian item item tersebut dapat menjadi alat ukur pada variabel yang akan diuji, dari hasil analisis regresi menyatakan bahwa pada pengaruh antara variabel bebas perekrutan

anggota baru (jenjang atau level) , sistem pendidikan, penjualan produk, tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial sedangkan komisi dan bonus yang berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor PT. K-Link Syariah Lumajang

- Perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, tidak memiliki pengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor sedangkan komisi dan bonus yang berpengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor PT. K-Link Syariah Lumajang

## REFERENSI

- Bagong, Suyanto. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, Gemala 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Fauzia, Ika Yunia. 2018. perilaku bisnis dalam jaringan pemasaran ( studi kasus pemberian kepercayaan dalam bisnis multi level marketing syariah (MLMS) pada helba penawar al-Wahida(HPA) di surabaya).
- Surabaya. Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel.
- Gomes, Faustino Cardoso. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Andi Offset.
- H.Komara, Djoko. 2012. *Buku Kerja Fondation pack*. PT. K-link Indonesia.
- Harefa, Andreas 1999. *Multi Level Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Hariato, Muhsin. 2009. *Fiqih Kontemporer*, Yogyakarta : Kapita Selekta.
- Huges dan Kapoor. 2018. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Selemba empat.
- Jannah, Nurul. 2014. Pengaruh Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada Bmt Ugt Sidogiri Capem Ranuyoso Lumajang. Institut Agama Islam Syarifuddin.
- Kiyosaki, Robert T. 2008. *The Business School*. Jakarta: Gramedia.
- Mahardika, Alifa. 2018. Hubungan antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestadi distributor MLM high desert. Malang.
- Nailil. 2018. Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah AHAD NET sebagai Upaya Penentuan peringkat dan Insentif.
- Publishing, Mic. 2016. *The Secret Of MLM*. Surabaya: PT. Insan Cemerlang.

- Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Randal S. dan Jackson, Susan E, 1996, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga, Jakarta.
- Rivai, 2005. *Evaluasi Program Pelatihan*, Surabaya: Pustaka Pelajar.
- Rozi, Moch. Fachrur. 2005. *Kontroversi Bisnis MLM*, Yogyakarta : Penerbit Pilar Humania
- Santoso, Singgih. 2004. *SPSS Versi 14*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schermerhorn, Jhon R. 1997. *Manajemen* . Yogyakarta : Andi.
- Siagian, Sondang P, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sopian. 2004. *Kontroversi Bisnis Aa Gym: Koreksi untuk pengagum Aa Gym dan Pecinta MLM*. Jakarta : Penerbit Pustaka Medina
- Sringimbun dan efendi. 1989. *Metode penelitian survei*. Jakarta : Soerjono.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhargin, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suhendi, Hendi. 2005. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo
- Sulaiman. 2018. Sistem multi level marketing (MLM) dalam perspektif etika bisnis islam.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian Tesis, dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Wijoyo, Slamet. 2005. *Manajemen Potensi Diri*. Jakarta: Grasido.