

DIMENSI INVESTASI PELAKU *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) DALAM MENCAPAI *PASSIVE INCOME* PADA STOKIS MSI (*MAHAKARYA SEJAHTERA INDONESIA*) PAMEKASAN

Fachrur Rozi, Aminatus Zakhra, Ach. Baihaki

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Madura, Pamekasan
E-mail: fachrurrozi0217@gmail.com, zakhra1982@gmail.com
Ach.baihaki.se.m.sc@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the investment dimensions of Multi Level Marketing actors to achieve passive income at MSI stockists using qualitative descriptive research. The results of this study indicate that the MSI Pamekasan business is in the form of direct sales between stockists and members. The initial investment in this business is in the form of purchasing one product package which is a mandatory requirement for new members and operational costs in recruiting new members. Income is obtained from recruiting new members in the form of sponsor bonus income and partner bonuses. To achieve a stable passive income, members must have at least 7 to 32 “leg” IDs evenly distributed on the right and left.

Keywords: *Investment Dimensions, Multi Level Marketing, Passive Income*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi investasi pelaku *Multi Level Marketing* untuk mencapai *passive income* pada stokis MSI dengan menggunakan penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis MSI Pamekasan berbentuk penjualan langsung berjenjang antara stokis dan anggota (member). Investasi awal dalam bisnis ini berupa pembelian satu paket produk yang menjadi persyaratan wajib untuk para member baru serta biaya operasional dalam merekrut anggota baru tersebut. Pendapatan didapatkan dari rekrutmen anggota baru dalam bentuk pendapatan bonus sponsor dan bonus pasangan. Untuk mencapai *passive income* yang stabil, anggota harus memiliki setidaknya 7 hingga 32 ID “kaki” yang terdistribusi merata di kanan dan kiri.

Kata Kunci: *Dimensi Investasi, Multi Level Marketing, Passive Income*

PENDAHULUAN

Multi Level Marketing (MLM) merupakan salah satu system penjualan langsung (*direct selling*) yang dilakukan oleh penjual yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan (Permendag No. 70 Tahun 2019). Qonitallah (2020) menyatakan bahwa *direct selling* merupakan metode penjualan barang atau jasa tertentu kepada konsumen dengan cara interaksi langsung (*face to face*) diluar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan dengan mitra. Hasil dari upaya pencarian jaringan pemasaran tersebut akan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan untuk konsumen/distributor.

Distribusi barang dengan menggunakan *system direct selling* dapat meminimalisir biaya distribusi, dikarenakan member/konsumen dapat berperan ganda dengan menjadi pemasar dan juga sebagai konsumen. Marimin, Romdhoni dan Fitria (2016) menyatakan bahwa system yang digunakan dalam *system direct selling* tersebut adalah dengan menjualkan produk secara langsung kepada konsumen yang telah terdaftar menjadi member/mitra. Selain itu perusahaan

juga memberikan kesempatan kepada setiap konsumen yang sudah terdaftar (member) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur (distributor). Member/konsumen tersebut berpeluang besar untuk berkontribusi untuk menciptakan jaringan penjualan selanjutnya.

System direct selling memiliki dua jenis, yaitu satu tingkat (*single level marketing*) dan multi tingkat (*Multi Level Marketing*). *Single level marketing* adalah penjualan barang tertentu yang tidak melalui jaringan pemasaran berjenjang. Sedangkan *Multi Level Marketing* (MLM) adalah penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh penjual langsung yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus (Permendag No. 70 Tahun 2019).

Masalah umum yang terjadi pada skema MLM ialah skema Ponzi dan Piramida, dimana MLM beroperasi dengan menggunakan uang member baru untuk membayar keuntungan member lama dan bukan dari penjualan produk nyata. Skema tersebut akan menjadikan MLM tersebut akan sulit bertahan lama dan berisiko merugikan member baru, apalagi mencapai level tinggi untuk memperoleh keuntungan yang dijanjikan. Seringkali, MLM lebih menekankan perekrutan peserta baru dibandingkan penjualan produk kepada konsumen akhir. Ini menimbulkan pertanyaan mengenai keberlanjutan perusahaan MLM dan potensi keuntungan yang bisa diperoleh peserta hanya melalui penjualan produk (Lorien dan Tantimim, 2022).

Banyak orang sering melakukan kesalahan dalam mengambil keputusan investasi. Salah satu kesalahan yang paling umum adalah tergesa-gesa dalam memilih instrumen investasi tanpa melakukan penelitian yang cukup. Mereka terjebak dalam daya tarik imbal hasil tinggi tanpa mempertimbangkan resiko yang terlibat. Kustiawati, dkk (2022) menyatakan bahwa peningkatan investasi ini dapat bernilai baik dan berpengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan pendapatan nasional apabila dilakukan dengan baik dan benar.

Regulasi mengenai MLM di Indonesia belum sepenuhnya jelas dan tegas. Hal ini juga dapat menimbulkan ketidakpastian bagi peserta dan berpotensi dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Meskipun demikian, tidak semua MLM beroperasi dengan skema yang merugikan. Ada juga MLM yang memiliki produk berkualitas dan struktur komisi yang adil (Khoirunnafi'ah, 2022).

MLM yang sejatinya bisa menjadi sarana investasi bagi para pihak yang menginginkan pendapatan yang berkelanjutan dalam bentuk *passive income* tidak mudah terwujud. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi awal dalam melakukan transaksi untuk bergabung dengan MLM tertentu. Persepsi awal tersebut dipengaruhi oleh kemampuan untuk memahami manfaat berbanding resiko dalam setiap skema yang ditawarkan oleh suatu MLM tertentu.

Dua fungsi yang melekat pada seseorang yang bergabung dengan MLM tertentu tersebut akan melahirkan pola sikap yang berbeda dalam upayanya menghasilkan keuntungan. Seseorang yang bergabung dengan MLM dan menginginkan keuntungan yang berkelanjutan, akan melakukan pengembangan jejaring pemasaran mereka dengan segenap upaya yang bisa dimilikinya. Pengeluaran awal yang dilakukan oleh member awal akan menjadi investasi awal yang akan dilakukannya, sementara itu mitra yang menjadi *downline* dibawah jaringannya akan dipacu untuk juga terus mengembangkan jaringannya.

Perkembangan jejaring tersebut adalah salah satu cara mendapatkan *passive income* dari *system direct selling* tersebut. Para mitra harus tetap mengembangkan jaringannya dengan melakukan promosi terbaik untuk bisa berkolaborasi dengan para selebgram di media sosial baik berbagai platform media sosial seperti Facebook, instagram, tiktok, shoope, dan DLL (Arifin, Yatiningrum & Rahajeng, 2023).

Salah satu perusahaan yang menerapkan system MLM ialah perusahaan produk kecantikan dan kesehatan Stokis *Mahakarya Sejahtera Indonesia* (MSI). Entitas tersebut memiliki karakter khusus yang diakuinya sebagai keunggulan dibanding system produk yang lain, yang diantaranya adalah: (1) tidak ada target belanja perbulan, (2) tidak ada tutup point, (3) tidak ada reset poin dan (4) Proses withdrawl bonus 250.000, (5) Paket pendaftaran lebih murah dari bisnis lainnya seperti MCI lebih dari Rp.1.000.000/ paket, BEST Rp.2,600.000 dan

masih banyak MLM lainnya yang memiliki paket pendaftaran lebih mahal serta dilakukan reset point dimulai dari awal bergabung selain itu tutup point. Adapun plan bisnis MSI terdiri dari tiga plan yakni (a) plan reguler A dan (b) plan D dan (c) Platinum yang masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda dan paket pendaftaran terjangkau oleh kalangan masyarakat.

Selain beberapa keuntungan yang ditawarkan di atas, MSI Pamekasan juga akan memberikan bonus atau reward untuk para member dan agen distributor (stokis). Seperti bonus sponsor, bonus pasangan, dan reward sesuai dengan penambahan poin pencapaian penjualan pada diagram jaringan yang dilakukan oleh member dan agen distributor produk MSI. Adapun syarat untuk menjadi member MSI cukup dengan menginvestasikan modal paling rendah sebesar Rp. 250.000 sudah secara otomatis terdaftar menjadi member MSI dan memperoleh 1 paket produk kecantikan/kesehatan sesuai kebutuhan member.

Dengan adanya member baru yang terus menambah poin pada jaringan, *upline* dan *downline* menerima bonus berkelanjutan dari perusahaan. Penawaran menguntungkan dari PT. MSI membuat banyak member MLM di Pamekasan berinvestasi untuk mendapatkan *passive income*, meskipun tetap memperhitungkan risiko yang ada.

Qonitatillah (2020) menyatakan bahwa pendapatan bisa didorong oleh komisi dan bonus, dan ketika pendapatan tersebut stabil dan berkeberlanjutan akan berpengaruh pada pencapaian *passive income*. Adapun Khairunnafiah (2022) menjelaskan bahwa perkembangan jaringan dan bonus penjualan produk akan menyebabkan peningkatkan kesejahteraan member. Sementara itu, Lorien & Tantimin (2022) memberikan ulasan yang lebih menekankan kepada sistem hukum yang berlaku pada investasi bodong berbasis elektronik menggunakan system skema ponzi.

Penelitian saat ini akan dilakukan dengan lebih memberikan perhatian kepada pengorbanan finansial dan elemen-elemen sumber daya lainnya yang kemudian akan berdampak kepada pengembalian modal, terutama dalam upaya pembentukan *passive income* yang dilakukan oleh pelaku usaha direct selling pada Stokis MSI (*Mahakarya Sejahtera Indonesia*) Pamekasan. stokis akan melakukan berbagai upaya dalam membentuk jaringan penjualannya yang kemudian disebut *downline*. Tambahan *downline* tersebut dilakukan dalam rangka untuk mendapatkan komisi atau bonus, sementara itu para mitra/member akan terus menerus bekerja untuk mengembangkan jaringan. Jaringan – jaringan tersebut yang diharapkan bisa menciptakan *passive income* dalam bisnis tersebut.

TEORI

Direct Selling System

Penjualan barang melalui jaringan pemasaran berbasis komisi dan bonus, dikenal sebagai direct selling, diatur oleh Permendag No. 70 Tahun 2019. Nurhasanah & Taufik (2020) menjelaskan bahwa direct selling melibatkan pemasaran produk atau jasa secara tatap muka, biasanya di luar lokasi eceran. *Direct selling* dibedakan atas dasar sistem penjualan yang dipilih oleh *downline* (Asyura, 2020). Penjualan yang tidak melalui jaringan pemasaran berjenjang disebut dengan *single level marketing* sedangkan penjualan yang menggunakan jaringan pemasaran berjenjang disebut *Multi Level Marketing* (Damayanti, 2021).

Direct Selling atau penjualan langsung dengan metode *Multi Level Marketing* (MLM) ini memiliki citra kurang baik dipandangan masyarakat awam padahal MLM hanya metode pemasaran biasa yang memotong biaya distribusi, jasa promosi atau iklan, biaya tersebut digunakan sebagai komisi tenaga pasar atau distributornya (Sulistyanto & Oktaviani, 2020).

Akuntansi Investasi

Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya yang dilakukan dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang (Handini & Astawinetu, 2020). Murdiyanto & Kusumaningarti (2014) menyatakan bahwa investasi adalah penundaan

konsumsi sekarang untuk digunakan di dalam produksi yang efisien dalam priode tertentu. Hidayat (2019) Menyebutkan bahwa Investasi adalah penempatan dana atau sumber daya dalam suatu aset dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan.

PSAK 13 Tentang Properti Investasi paragraf 05 menyatakan bahwa biaya perolehan adalah sejumlah kas atau setara kas yang dikeluarkan atau nilai wajar dari imbalan lain yang diberikan untuk memperoleh suatu aset pada saat perolehan atau pembangunan atau nilai yang diaatribusikan pada aset ketika pengakuan awal.

Properti investasi melibatkan langkah-langkah penting untuk memastikan laporan keuangan akurat, diukur berdasarkan biaya perolehan awal, termasuk biaya transaksi. Perusahaan memilih antara model biaya atau nilai wajar, dan jika menggunakan model nilai wajar, perubahan nilainya diakui dalam laporan laba rugi. Penting juga untuk mengungkapkan metode penilaian, asumsi signifikan, dan nilai wajar pada tanggal pelaporan (Janrosi & Khadijah, 2021).

Akuntansi Pendapatan

Penghasilan dalam pendapatan (*revenue*) dan keuntungan (*gains*). Pendapatan timbul dari jumlah uang yang diperoleh melalui aktivitas utama dari suatu entitas, seperti penjualan produk, penyediaan layanan, dan pendapatan dari bunga, dividen, royalti, serta sewa. Sedangkan keuntungan mengacu pada peningkatan nilai dari aktivitas atau transaksi yang tidak selalu terjadi secara terus menerus, seperti penjualan aset dengan harga yang lebih tinggi dari nilai yang ditentukan (Kerangka Konseptual BAB IV paragraf 4.29 - 4.32).

Kerangka Konseptual BAB IV (2018), paragraf 4.47 menyatakan bahwa penghasilan diakui dalam laporan laba rugi ketika kenaikan manfaat ekonomis masa depan yang berkaitan dengan kenaikan aset atau penurunan liabilitas telah terjadi dan dapat diukur dengan andal. Kerangka Konseptual BAB IV (2018) paragraf 4.48 menyatakan bahwa prosedur yang biasanya dianut dalam praktik untuk mengakui penghasilan.

Passive income diartikan sebagai pendapatan yang diperoleh tanpa aktivitas langsung. Dalam bisnis MLM, *passive income* tercipta melalui jaringan yang menghasilkan pendapatan bagi anggota di atasnya tanpa keterlibatan langsung. Perusahaan menerapkan sistem MLM berbentuk jaringan, memungkinkan anggota mengembangkan struktur berjenjang, dimana *downline* bisa mencapai atau melampaui level *upline* (Sukardi, Ubaidillah & Maesaroh, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penilitan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pemilihan pendekatan ini yakni untuk menganalisa dimensi investasi pelaku *Multi Level Marketing* dalam mencapai *passive income*. Penelitian ini masuk dalam kategori kualitatif, karena data yang dikumpulkan berupa kalimat mengenai kegiatan investasi dalam bisnis *MultiLevel Marketing* beserta seluruh aktivitas yang berdimensi keuangan dalam rangka terciptanya *passive income* bagi member. Dalam penelitian kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk narasi, dan data yang digunakan adalah data primer yang berupa hasil wawancara dengan stokis MSI dan member (*downline*) dalam diagram jaringan stokis. pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dengan memahami pola penjualan dan rekrutmen member, mengumpulkan dan menganalisis informasi bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) MSI Pamekasan dalam pengembangan jaringan penjualan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Direct Selling System

System penjualan (*Mahakarya Sejahtera Indonesia*) MSI menggunakan metode

penjualan langsung, baik *offline* melalui stokis maupun *online* melalui media sosial. Penjualan *offline* lebih disukai karena stokis dapat langsung menunjukkan produk, mengurangi keraguan pembeli. MSI memiliki legalitas dan sertifikasi resmi dari BPOM, SIUPL, dan APPLI. Model bisnis (*Multi Level Marketing*) MLM MSI menghilangkan jalur distribusi konvensional, memungkinkan penjualan langsung dengan harga produk lebih tinggi dibandingkan pasar konvensional. Sejalan dengan teori buku *direct selling* yang diuraikan oleh Permendag No. 70 Tahun 2019 dan Nurhasanah & Taufik (2020) menyatakan menyatakan bahwa *direct selling* adalah *system* pemasaran produk atau jasa kepada para pelanggan dengan cara tatap muka yang umumnya berlangsung di rumah pelanggan atau ditempat lain di luar tempat lokasi eceran. Penjualan MSI seharusnya dilakukan face to face tanpa perantara akan tetapi dengan era sekarang ini hal itu bisa memberatkan oleh para member yang akan melakuakn prospek kepada calon member dan apabila diharuskan *direct selling* maka calon member yang banyak sehingga bisa menghemat biaya.

Bisnis (*Mahakarya sejahtera Indonesia*) MSI menggunakan dua pendekatan dalam pemasarannya: *Single Level*, dimana konsumen hanya menggunakan produk tanpa terlibat dalam jaringan bisnis, dan *Multi Level*, dimana konsumen juga berpartisipasi dalam menjalankan bisnis serta membangun jaringan untuk mendapatkan bonus. Dalam *Multi Level Marketing* MSI menjual produk melalui jaringan ini dengan menggunakan berbagai metode seperti penjualan langsung oleh *upline*, melalui brosur, demonstrasi acara, serta secara *online* di platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Hal ini sesuai dengan penelitian Damayanti, (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat dua pendekatan pemasaran: penjualan yang tidak melalui jaringan pemasaran berjenjang disebut *Single Level*, sedangkan penjualan yang menggunakan jaringan pemasaran berjenjang disebut *Multi Level Marketing*. Hal ini memungkinkan penetrasi pasar yang lebih luas dan berpotensi meningkatkan penjualan serta basis pelanggan. Selain itu, penelitian yang dikutip memperkuat validitas strategi pemasaran MSI, memberikan dasar teoritis yang kuat untuk praktik mereka.

Bisnis MSI menerapkan model *Multi Level Marketing* (MLM) yang melibatkan pendaftaran member melalui pembelian paket produk, penggunaan sistem *downline - upline* untuk membangun jaringan dan mendapatkan bonus, penjualan langsung serta pengembangan jaringan melalui media sosial, dengan struktur kompensasi yang memberikan poin dan keuntungan sesuai dengan aktivitas penjualan dan rekrutmen, sebagaimana dijelaskan oleh penelitian Asyura (2020) yang menyebutkan bahwa dalam MLM, *direct selling* dibedakan berdasarkan sistem penjualan yang dipilih oleh *downline*. Namun, keberhasilan dalam MLM sangat bergantung pada kemampuan individu untuk merekrut dan menjual, yang sering menjadi tantangan besar. Meskipun ada potensi keuntungan yang menarik, *system* ini kerap dikritik karena dapat menciptakan ketidakadilan dalam distribusi keuntungan, di mana mereka yang berada di puncak jaringan biasanya mendapatkan lebih banyak keuntungan dibandingkan member baru.

Investasi

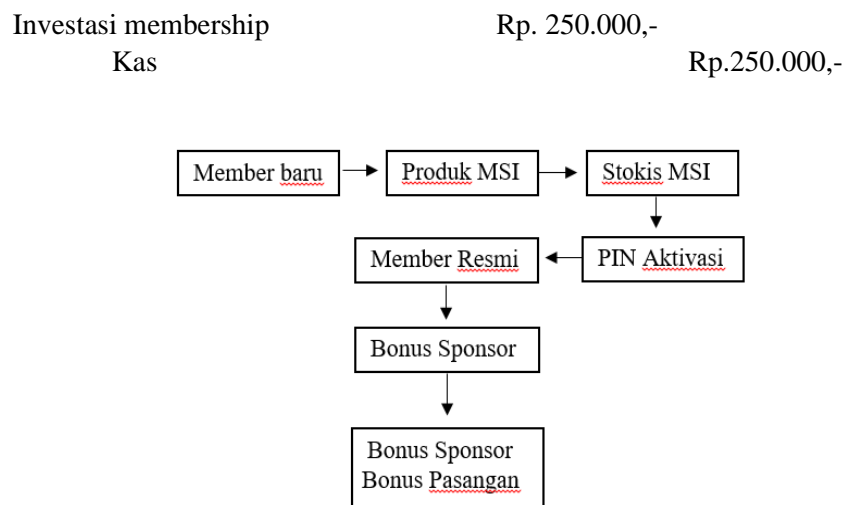
Investasi dalam bisnis MSI mengharuskan member baru untuk melakukan investasi awal dalam bentuk pembelian paket produk. Investasi ini memberikan mereka akses sebagai member resmi dengan ID khusus, yang memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam program dan manfaat yang ditawarkan oleh MSI. Investasi ini juga memungkinkan mereka berpotensi untuk mendapatkan bonus dari penjualan produk serta kesempatan untuk merekrut member baru, sesuai dengan prinsip investasi yang menempatkan dana untuk memperoleh keuntungan dimasa depan, seperti yang dijelaskan oleh peneliti Hidayat (2019) Menyebutkan bahwa Investasi adalah penempatan dana atau sumber daya dalam suatu aset dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. investasi melibatkan alokasi sumber daya yang tersedia saat ini untuk memperoleh hasil yang diharapkan atau potensi keuntungan di masa yang akan datang.

Investasi dalam membership ini tidak hanya sekadar membayar Rp. 250.000 untuk menjadi member. Setelah menjadi member, diperlukan upaya nyata yang melibatkan lebih dari sekadar pembayaran awal. member harus berkomitmen untuk meluangkan waktu, berulang kali turun ke lapangan, dan mencari orang lain yang mau bergabung. Proses ini membutuhkan dedikasi dan kerja keras untuk memperoleh member baru, yang kemudian akan memberikan hasil yang sepadan dengan usaha yang telah dilakukan. Segenap pengorbanan yang dilakukan tersebut sebenarnya mengandung pengeluaran atau juga pengorbanan sumber daya yang memiliki nilai ekonomis yang bisa diakui dalam satuan mata uang tertentu.

a. Investasi Awal

Bisnis MSI melalui *system* MLM dapat dimulai dengan alokasi dana untuk pendaftaran, pembelian produk awal, serta promosi, yang berpotensi menghasilkan keuntungan melalui penjualan produk dan pengembangan jaringan yang efektif. Adapun mekanisme investasi dalam bisnis MSI dapat dijelaskan melalui bagan yang menggambarkan tahapan perjalanan seorang member baru (*downline*) dari awal bergabung hingga memperoleh pendapatan dalam bisnis MSI sebagaimana disajikan pada gambar 4.1.

Pada saat penyertaan awal untuk menjadi member MSI, pengeluaran yang dilakukan mendekati pola pencatatan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Bagan Member Baru

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan bagan member baru di atas dapat disimpulkan bahwa member baru (*downline*) diwajibkan membeli produk minimal 1 paket produk seharga Rp. 250.000 atau boleh lebih kepada stokis, setelah itu stokis akan memberikan PIN aktivasi, setelah mendapatkan PIN aktivasi didaftarkan untuk menjadi member resmi MSI nanti member resmi ini akan disebut *repeart order*. Keuntungan yang di dapat setelah menjadi member resmi berupa bonus sponsor, bonus pasangan komisi produk, ID card member. setelah member resmi itu *repeart order* kedua maka member resmi tersebut akan mendapatkan bonus sponsor (*active income*) sebesar Rp. 50.000, nanti *repeart order* ketiga akan mendapatkan bonus pasangan (*passive income*) sebesar Rp. 25.000, jika *repeart order* keempat akan mendapatkan bonus sponsor (*active income*) sebesar Rp. 50.000 setelah *repeart order* kelima akan mendapatkan bonus sponsor (*passive income*) sebesar Rp.

25.000 sampai dengan 7 ID. Berikut pencatatan penjualan produk sebagai berikut :

Kas	Rp. 250.000,-
Utang kpd Stokis	Rp. 250.000,-

Utang kpd Stokis

Rp. 250.000,-

Kas

Rp. 250.000,-

b. Biaya Operasional

Investasi finansial dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) bisnis MSI berfokus pada penjualan produk fisik yang diproduksi dan didistribusikan melalui *system* yang melibatkan member untuk menjual langsung kepada konsumen, yang secara signifikan dapat mengurangi biaya operasional melalui *efisiensi* skala dan optimalisasi jaringan distribusi. Sesuai dengan penelitian yang mengatakan bahwa investasi sektor riil, dimana bisnis MSI berkomitmen pada aset riil dana operasional dalam industri perdagangan dan distribusi produk, investasi ini melibatkan alokasi dana untuk membeli atau mengoperasikan aset fisik yang digunakan dalam kegiatan ekonomi seperti perdagangan dan industri (Widoatmodjo, Ferlianto & Rizal, 2008).

Hal ini berfokus pada penjualan produk fisik melalui MLM mencerminkan komitmen terhadap investasi sektor riil dengan menekankan penggunaan aset produktif untuk menghasilkan produk. Namun, perlu diperhatikan bahwa struktur MLM juga melibatkan kompleksitas pengelolaan jaringan dan insentif yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan efektivitas investasi.

Bisnis *Mahakaya Sejahtera Indonesia* (MSI) mendapatkan keuntungan tidak hanya dari penjualan produk secara eceran, tetapi juga melalui berbagai bonus dan insentif seperti bonus sponsor, bonus pasangan kanan kiri, bonus per paket, berbagai reward, serta *passive income* dari jaringan turunan. Prinsip ini diatur dalam PSAK 13 tentang properti investasi, yang menetapkan pengakuan dan penilaian aset properti investasi berdasarkan biaya perolehan atau nilai wajar saat pengakuan awal. Kombinasi sumber pendapatan ini membuat model bisnis MSI lebih menguntungkan dibandingkan bisnis konvensional yang hanya mengandalkan keuntungan dari penjualan eceran. Selain itu, biaya awal untuk memulai bisnis mencakup sewa tempat, renovasi, perizinan, pembelian inventaris awal, peralatan, pengembangan website, hosting, pemasaran digital, logistik, pengiriman, dan gaji karyawan.

Passive Income

Passive income dalam *system* bisnis MSI menghasilkan pendapatan melalui rekrutmen dan penjualan produk secara langsung kepada konsumen melalui situs website serta penerapan strategi pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM). Dalam *system* ini, member diberi insentif berupa bonus, termasuk bonus per paket dan bonus pasangan untuk memotivasi member serta meningkatkan volume penjualan. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan dalam buku (Kerangka Konseptual BAB IV paragraf 4.29 - 4.32) yang menyatakan bahwa pendapatan berasal dari aktivitas penjualan produk. Hal ini sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa pendapatan merupakan total nilai uang yang diperoleh dari aktivitas utama, seperti penjualan produk dan penyediaan layanan. Sementara itu penelitian Munawaroh, (2018) menjelaskan bahwa keuntungan dapat diperoleh dari peningkatan nilai melalui aktivitas bisnis, *passive income* diperoleh dari suatu kegiatan ekonomi tanpa partisipasi aktif secara langsung, memberikan kesempatan bagi individu untuk memperoleh penghasilan dengan minimal keterlibatan setelah usaha awal dilakukan.

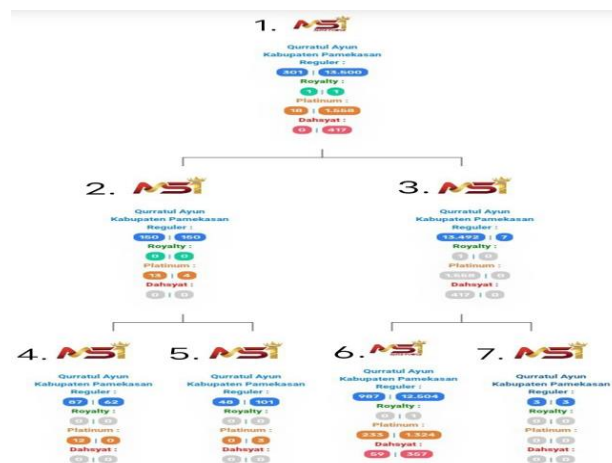
Adapun pendapatan *passive income* dalam MSI diperoleh melalui pengembangan jaringan. Semakin besar jaringan yang dibangun, semakin besar pula pendapatan yang akan diterima. Pendapatan finansial berupa uang tunai maupun berupa poin member non finansial Poin yang dikumpulkan dapat ditukar dengan produk atau digunakan untuk meningkatkan tingkat keanggotaan (Zakhra, Anam & Amaliyah, 2021). Pendapatan *passive income* ini tidak memerlukan modal tambahan, setiap kali member mendapatkan member atau *downline* baru,

mereka akan menerima bonus sponsor (*active income*) sebesar Rp. 50.000 serta bonus pasangan (*passive income*) sebesar Rp. 25.000. Setiap member diharapkan memiliki minimal 7 ID atau 'kaki' sesuai kewajiban yang digunakan dalam MSI. member juga diminta untuk membangun jaringan pada kaki kanan dan kaki kiri, dengan jumlah maksimal 32 kaki.

Pendapatan *passive income* dihasilkan dari member (*downline*) dalam jaringan ketika stokis mereka mengaktifkan PIN member baru, dan akan mendapatkan bonus pasangan (*passive income*) sebesar Rp. 25.000. Jika seorang member mengaktifkan PIN sendiri, member yang merekrut akan mendapatkan keuntungan dari aktivasi paket berupa bonus sponsor sebesar Rp. 50.000. Bisnis MSI ini menggunakan struktur yang menyerupai skema piramida, dimana setiap rekrutmen member baru dan produk yang dijual oleh member (*downline*) memberikan keuntungan kepada member yang berada pada tingkat atas dalam jaringan. Sebagaimana pencatatan penerimaan bonus sponsor (*active income*) dan bonus pasangan (*passive income*) sebagai berikut :

Kas	Rp. 50.000,-
Pend.bonus sponsor	Rp.50.000,-
Kas	Rp. 25.000,-
Pend. bonus pasangan	Rp. 25.000,-

Strategi yang digunakan melibatkan pembentukan jaringan berjenjang dengan tujuan menciptakan *passive income* bagi member melalui rekrutmen dan penjualan produk. Dalam kegiatan seperti pembimbingan kolektif, *home sharing*, dan pencarian aktif member (*downline*) baru dengan insentif sponsor sesuai dengan mekanisme yang diterapkan dalam MLM untuk meningkatkan omset dan memotivasi partisipan. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Sukardi, Ubaidillah, dan Maesaroh (2018), yang menyatakan bahwa dalam *Multi Level Marketing* (MLM), pendapatan dapat terus diperoleh melalui struktur jaringan yang memungkinkan member menghasilkan uang tanpa harus aktif terlibat secara langsung. Dalam *system* ini, setiap member memiliki kesempatan untuk membangun jaringan berjenjang, dimana pendapatan mereka dapat terus berkembang melalui penjualan dan rekrutmen. Berikut dokumentasi Diagram Jaringan yang didapat dari informan:



Gambar 4.2 Diagram Jaringan

Berdasarkan diagram jaringan diatas, dapat disimpulkan bahwa *system* jaringan MSI menggunakan model binari (bina kaki kanan dan kiri), yang memungkinkan setiap anggota memiliki hingga 32 jaringan di kaki kanan dan kiri dengan membangun minimal 7 ID atas nama

stokis sendiri. Pada *repeart order* member kedua, stokis akan menerima bonus sponsor sebesar Rp. 50.000. Selanjutnya, pada *repeart order* member ketiga, stokis akan mendapatkan bonus pasangan sebesar Rp. 25.000, sehingga terbentuk pasangan kanan dan kiri. Stokis akan melanjutkan dengan *repeart order* pada member keempat, yang menghasilkan bonus sponsor sebesar Rp. 50.000. Pada *repeart order* member kelima, stokis akan memperoleh bonus pasangan sebesar Rp. 25.000. Demikian pula, stokis akan mendapatkan bonus sponsor sebesar Rp. 50.000 dari *repeart order* member keenam, dan bonus pasangan sebesar Rp. 25.000 dari *repeart order* member ketujuh.

Setelah mencapai 7 ID atas nama stokis sendiri, stokis dapat merekrut anggota (*downline*) di bawah 7 ID tersebut dengan jumlah jaringan yang tidak terbatas. Pendapatan stokis dari *repeart order* yang dilakukan akan mencapai Rp. 300.000 yang berasal dari 6 poin x bonus sponsor (*active income*) sebesar Rp. 50.000. Selain itu, stokis juga akan mendapatkan bonus pasangan (*passive income*) dari jaringan kanan dan kiri sebesar Rp. 175.000 yang berasal dari 7x bonus pasangan Rp. 25.000. Stokis juga akan memperoleh total 10 poin dari *repeart order* pada ID kedua, keempat, dan kelima, yang dihasilkan dari perhitungan $3+7$ poin = 10 poin. Sebagaimana pencatatan Akumulasi total pendapatan bonus sponsor (*active income*) dan bonus pasangan (*passive income*) yang di dapatkan stokis dalam diagram jaringan tersebut sebagai berikut :

Kas	Rp. 300.000,-
Pend. bonus Sponsor	Rp. 300.000,-
Kas	Rp. 175.000,-
Pend. Bonus pasangan	Rp. 175.000,-

Passive income bisa tercapai bila mana dimensi diagram jaringan di atas sudah terpenuhi dan apabila ingin menambah lagi member dibawah lagi tidak bisa dikarenakan tutup pointhanya sampai 32 ID. Dan apabila ingin menambah menjadi Stokis maka membuat Stokis lagi tanpa ada kaitannya dengan Stokis sebelumnya dan pendapatan akan masuk ke rekening member apabila merekrut member baru dalam jaringan yang dibangun. Hal ini sudah bisa dijadikan sebagai *pasive income* akan tetapi untuk mencapai hal itu butuh waktu, tenaga, serta finansial. Dan juga bisa saja sebelum mencapai *pasive income* tersebut hasil dari pendapatan yang dihasilkan mungkin tidak akan langsung diambil, melainkan akan digunakan untuk membeli produk dan merekrut member tambahan guna mengisi kekosongan hingga tercapai target 32 ID kaki kanan dan kiri. Sebagaimana dalam penelitian Sukardi, Ubaidillah & Maesaroh, (2018) menyatakan bahwa Perusahaan menerapkan *system Multi Level Marketing* dalam bentuk jaringan (*network*) yang memungkinkan setiap member (*downline*) untuk mengembangkan struktur jaringan berjenjang, dan posisi *downline* dapat mencapai level (tingkatan) yang setara atau bahkan melampaui stokis mereka.

KESIMPULAN

Multi Level Marketing (MLM) dalam MSI Pamekasan merupakan sebuah *system* penjualan langsung *berjenjang* (*direct selling system*) yang memberikan kesempatan kepada anggota (member) untuk mendapatkan keuntungan. Member baru agar menjadi bagian dari anggota (member) MSI diharuskan membeli produk minimal 1 paket produk atau lebih dengan melalui *upline*, sehingga member baru tersebut akan memperoleh PIN aktivasi yang akan didaftarkan stokis untuk menjadikan member baru menjadi member resmi dalam bisnis MSI. Member resmi akan mendapatkan keuntungan berupa produk dan ID card member. Hal ini akan memunculkan pendapatan berupa bonus sponsor (*active income*) dan bonus pasangan berupa (*passive income*). Bonus sponsor (*active income*) Rp. 50.000 didapat ketika berhasil melakukan *repeact order* member kedua dan ketika melakukan *repeact order* member ketiga akan

mendapatkan bonus pasangan Rp. 25.000 s.d *repeact order* member ID ketujuh. Setelah ID ketujuh menambah jaringan dibawahnya disebut cucu sampai dengan cicit 16 jaringan kanan dan kiri maksimal 32 dalam diagram jaringan bisnis MSI Pamekasan.

Investasi dalam bisnis *MSI* Pamekasan berupa pembelian paket produk seharga Rp 250.000 dan menjadi akses awal sebagai anggota resmi. Dari biaya tersebut member akan mendapatkan ID untuk mengetahui perputaran uang yang dikorbankan, termasuk pada jumlah bonus yang akan diperoleh. Keberhasilan member dalam investasi ini bergantung pada jumlah penjualan yang dicapai dan pembetulan jejaring yang meluas. Member harus memahami risiko yang ada, seperti potensi ketidakberlanjutan skema MLM dan kecenderungan fokus yang lebih besar pada perekrutan member, baru dibandingkan dengan penjualan produk.

Adapun untuk mencapai pendapatan *passive income* yaitu member *MSI* perlu secara konsisten mengembangkan jaringan mereka melalui berbagai metode promosi, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Jumlah *passive income* yang didapat bergantung pada pencapaian jaringan yang diperoleh. Semakin banyak rekrutmen member baru akan semakin besar pendapatan yang akan diberikan. *Passive incame* juga berdasarkan paket yang berhasil dijual oleh *upline* ataupun *downline*. Setiap penjualan satu paket produk akan memperoleh bonus pasangan Rp 50.000 dan bonus paket pasangan sebesar Rp 25.000.

Kutipan dan Referensi

- Arifin, Yatiningrum & Rahajeng (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Violet Nakery Kota Probolinggo*, *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, Vol. 1 No. 5, Hal 611-620
- Asyura, (2020). *Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Melalui Multi Level Marketing Syariah Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Dan Implementasi Pembinaan Dalam Fatwa Dsn-Mui No. 75 Tahun 2009 di Brand Cabang (BC) Tanjung Balai*
- Damayanti, (2021). *Tinjauan Fatwa Dsn-Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Pendapatan Reward Distributor Bisnis Mlm Syariah Pada Pt Hwi Distributor Ponorogo*
- Handini & Astawinetu, (2020). *Teori Portofolio Dan Pasar Modal Indonesia - Portofolio Dan Analisis Investasi - Google Books*
- Hidayat (2019). *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal - Google Books*
- Janrosi & Khadijah, (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah - Google Books*
- Khoirunnafi'ah, (2022). *Peran Multi Level Marketing Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Member (Studi Kasus Pt. Melia Sehat Sejahtera Kediri)*.
- Kustiawati, dkk (2022). *Pengaruh Peningkatan Investasi Di Kalangan Muda Terhadap Pendapatan Nasional. Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknoligi, dan Pendidikan. Vol. 2 No. 1*
- Lorien dan Tantimim, (2022). *Investasi Bodong Dengan Sistem Skema Ponzi: Kajian Hukum Pidana. Jurnal komunikasi Yudistisia Vol. 5. No. 1*
- Munawaroh, (2018). *Analisis Fatwa Dsn-Mui No: 75/Dsn Mui/Vii/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Plbs) Pada Bisnis Paytren*
- Marimin, Romdhoni Dan Fitria (2016) *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02, No. 02*
- Murdiyanto & Kusumaningarti (2014). *analisis Investasi Dan Manajemen Portofolio Pasar Modal Indonesia - Google Buku*

- Nurhasanah & Taufik (2020). Bisnis Multi Level Marketing Pada Pt. K-Link Nusantara Di Tinjau Dari Hukum Bisnis Islam Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam Vol. XIX. No. 1*
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.*
- Qonitatillah. (2020). Analisis Faktor-Faktor Bisnis Multi Level Marketing Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada Pt. K-Link Syariah Lumajang. Jurnal Akuntansi dan keuangan Islam Vol. 2 No. 1, 1-30*
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Sukardi, Ubaidillah & Maesaroh, (2018). Multi Level Marketing PT. Harmoni Dinamik Indonesia Cabang Cirebon Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif. Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam Vol. 3, No. 1*
- Sulistyanto & oktaviani, (2020). Implementasi Direct Selling Pada PT. Melia Sehat Sejahtera. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 04 No. 01*
- Widoatmodjo, Ferlianto & Rizal, (2005). FOREX On Line Trading + CD (Ed. Revisi) - Google Books*
- Zakhra, Anam & Amaliyah (2021), Arisan Sebagai Model Meningkatkan Poin Keanggotaan Tupperware Dalam Perspektif Akuntansi, Jurnal Indonesia Sosial Sains, Vol. 02, No 5 Hal. 01-12*

