

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Konteks Penelitian**

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan banyak terobosan-terobosan baru disegala bidang. Setiap inovasi perkembangan teknologi informasi tersebut telah banyak digunakan dan semakin memudahkan bagi para penggunanya. Salah satu perkembangan di bidang informasi dewasa ini yang di aplikasikan untuk berbagai kepentingan dalam memperoleh informasi ataupun saling tukar menukar informasi adalah INTERNET. Internet sangat bermanfaat karena sangat mempermudah dan mempersingkat perolehan informasi yang dibutuhkan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet telah merubah banyak hal, khususnya di dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi dan sistem jaringannya yang luas yang menciptakan banyak kemudahan akses informasi secara cepat dan lebih fleksibel. Perkembangan Internet juga telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka (dan sebagian sangat kecil melalui pos atau telepon), kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui Internet seperti melalui Facebook, tweeter, instagram, Path dan lain-lain. Transaksi melalui Internet ini dikenal dengan nama e-commerce.

Ada perkembangan baru di dunia internet ini, yang terlihat sama namun sedikit berbeda yaitu. TalkFusion adalah perusahaan baru yang berdiri pada tahun 2007 yang berasal dari Negara Amerika Serikat yang bergerak di bidang Internet,

produk utamanya adalah komunikasi video. Bob Reina, adalah nama pendiri sekaligus CEO perusahaan TalkFusion. Dia adalah seorang mantan polisi asal Florida yang banting setir menjadi pengusaha. Dengan menggabungkan keahlian industri yang diperolehnya dengan susah payah berkat bakat alam dan jiwa kewirausahaannya, Bob Reina memimpin TalkFusion dengan mendorong untuk terus maju, mengenali tren yang sedang hangat, mempromosikan teknologi video inovatif, dan memberdayakan orang lain untuk mewujudkan impian mereka. Dengan 20 tahun lebih pengalaman pemasaran relasional dan kepemimpinan yang diembannya, Bob telah meraih reputasi terpadang sebagai pemimpin pelopor dalam industri ini. Produk-produk dari TalkFusion itu adalah *video email*, *video autoresponder*, *E-Subscription form*, *video conferencing*, *video distribution*, *Social networking*, *video Blog* dan yang terakhir adalah *android applicatin*. ([www.TalkFusion.com](http://www.TalkFusion.com))

Mengutip dari web resmi yang dimiliki TalkFusion, bahwasannya TalkFusion menghubungkan orang-orang di seluruh dunia melalui teknologi komunikasi video mutakhir dan sarana untuk berbagi, yang memberdayakan untuk mewujudkan impian mereka. Dimulai pada tahun 2007 dengan Email Video, TalkFusion telah berkembang dengan visi Bob Reina, yang berupaya mengejar masa depan. Email Video menjadi bagian dari TalkFusion CONNECT, paket hebat produk komunikasi video, yang terdiri atas obrolan video langsung, solusi rapat dan konferensi langsung, dan Buletin Video, ditambah dengan berbagai macam cara peningkatan pemasaran, analisis, dan pelaporan.

Selain itu TalkFusion telah menggabungkan ke dalam tim yang penuh pengabdian dan mengesankan, yaitu Pembangun Impian, Ahli Teknologi, Ahli Grafis, Ahli Video, dan Pakar Pengolah Kata untuk mengumpulkan orang-orang, meningkatkan taraf hidup, dan menghubungkan dunia dengan teknologi video inovatif.

TalkFusion datang ke Indonesia sekitar tahun 2012/2013, dan mulai menjalankan bisnisnya. TalkFusion *booming* di Indonesia sejak dua atau tiga tahun lalu. Joining fee-nya cukup besar, yaitu \$250 (untuk *executive package*) atau \$700 (untuk *elite package*). Ditambah dengan *monthly fee* sebesar \$35 (member diwajibkan membayar biaya tiap bulan). Sistem *payment* nya menggunakan ATM VISA. VISA kini sudah tersebar digunakan di lebih dari 100 negara di dunia. (Perry tristiano, 10 Maret 2014)

Namun kedatangan perusahaan TalkFusion di Indonesia nampaknya mengundang banyak pro dan kontra dari masyarakat, tentang bagaimana sebenarnya konsep bisnis dari TalkFusion tersebut?. Mengutip dari beberapa sumber mengatakan bahwasannya TalkFusion ini adalah Perusahaan yang menerapkan sistem *Multi level Marketing*. Dan bahkan ada yang mengatakan bahwa bisnis TalkFusion Ini adalah Bisnis yang *Absurd* (mustahil/tidak masuk akal). (antonius dalam orangorangan.com). meski demikian, lain halnya dengan Rixon Muliangga (18 febuari 2013) yang mengatakan bahwasannya TalkFusion adalah langkah kita untuk meraih mimpi kita. Kebutuhan untuk memiliki waktu & memiliki uang yang anda inginkan, disediakan oleh TalkFusion. Kemudian

mengutip pernyataan dari Iwan dani (18 november 2013) yang juga menuliskan artikelnya dengan kata-kata “hati-hati dengan Bisnis TalkFusion”. Dari pernyataan ini sudah dipastikan penulis tidak setuju dengan bisnis tersebut. (kompasiana.com).

Namun berdasarkan situs resmi Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) belum terdaftar sebagai anggota dari APLI tersebut. Dan berdasarkan penelitian pendahuluan yang didapatkan dari salah satu seorang member yang mengatakan bahwasanya TalkFusion bukanlah perusahaan *Multi Level Marketing*.

Berdasarkan web FTC (*Federal Trade Commission*) perusahaan yang menggunakan model MLM untuk menjual produk mereka seringkali menjadi sasaran kritik dan tuntutan hukum. Kritik terutama sekali ditujukan pada kegiatannya yang menyalah gunakan atau tidak sesuai dengan skema piramida, penetapan harga produk, biaya masuk awal yang tinggi, lebih mementingkan perekrutan anggota baru ketimbang penjualan produk, pemaksaan anggota baru untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan, pemanfaatan hubungan pribadi sebagai target penjualan ataupun target perekrutan, skema pembagian kompensasi yang kompleks, antusiasme dan teknik berlebihan yang diterapkan untuk menjual atau merekrut anggota baru, serta metode perekrutan yang kebanyakan bersifat 'memperdaya'; hanya menjelaskan keuntungan tanpa menjelaskan kerugian bergabung dengan MLM kepada anggota baru.

Seringkali ditemukan kerancuan istilah antara pemasaran berjenjang dengan permainan uang (*money game*). Pemasaran berjenjang pada hakikatnya

adalah sebuah sistem distribusi barang. Banyaknya bonus didapat dari omzet penjualan yang didistribusikan melalui jaringannya. Sebaliknya, pada permainan uang bonus didapat dari perekrutan, bukan omzet penjualan. Kesulitan membedakan pemasaran berjenjang dengan permainan uang terjadi karena bonus yang diterima berupa gabungan dengan komposisi tertentu antara bonus perekrutan dan komisi omzet penjualan. Sistem permainan uang cenderung menggunakan skema piramida (atau skema Ponzi) dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam pemasaran berjenjang, walaupun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet tentu saja bonus tidak akan diperoleh. (Ahmad Riyanto, 13 Januari 2014).

Berdasarkan uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian untuk menjawab keraguan peneliti mengenai Analisis Model Bisnis TalkFusion. Studi kasus di komunitas TalkFusion kota Malang.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas perlu adanya perumusan masalah sebagai pedoman dalam pembahasan dan memudahkan dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep atau model bisnis yang dijalankan oleh TalkFusion?
2. Bagaimana model bisnis TalkFusion menurut kajian ke - Islaman?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang diharapkan bisa dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan dan Menganalisis model bisnis TalkFusion.
2. Menganalisis model bisnis TalkFusion secara ke - Islaman.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi pihak perusahaan, penelitian ini untuk menyediakan informasi, terutama agar dapat mengetahui lebih jelas bagaimana model bisnis yang dikembangkan oleh perusahaan yang nantinya bisa digunakan untuk membangun citra perusahaan di pandangan masyarakat.
- b. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan peneliti dibidang manajemen pemasaran. dan juga sebagai suatu perbandingan dalam rangka penerapan teori yang telah diperoleh pada masa kuliah dan kenyataan yang terjadi dalam bisnis yang nyata.
- c. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini bisa menjadi referensi bagi masyarakat umum yang berminat untuk bergabung di perusahaan TalkFusion. dan juga menambah wawasan atau pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.