

ANALISA BISNIS JARINGAN
MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARIAH
TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR
PADA PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG
(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

SKRIPSI

Oleh,

NURUDIN

01220051



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2007

**ANALISA BISNIS JARINGAN
MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARIAH
TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR
PADA PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG
(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)**

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang

Oleh,

NURUDIN

01220051



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISA BISNIS JARINGAN
MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARIAH
TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR
PADA PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG
(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

SKRIPSI

O l e h

N U R U D I N

NIM : 01220051

Telah Disetujui pada 18 September 2007

Dosen Pembimbing

Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

NIP.150284768

Mengetahui :

D e k a n,

DRS. HA. MUHTADI RIDWAN, MA

NIP. 150231828

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

ANALISA BISNIS JARINGAN
MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARI'AH
TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR
PADA PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG
(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

Yang disusun oleh,

Nama : Nurudin
NIM : 01220051
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 29 September 2007 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Asnawi ()
NIP.

2. **Penguji Utama**
Irmayanti Hasan ()

NIP.

3. **Dosen Pembimbing**
Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. ()

NIP. 150284768

Mengetahui :

D e k a n,

DRS. HA. MUHTADI RIDWAN, MA

NIP. 150231828

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nurudin
NIM : 01220051
Alamat : Dsn. Kesiman Rt. 01 Rw. 09 Desa. Lecari
Sukorejo – Pasuruan JATIM

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul :

**ANALISA BISNIS JARINGAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM)
SYARI'AH TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR PADA
PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG**
(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikat**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 September 2007
Hormat saya,

Nurudin
NIM : 01220051

Motto

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya Sesudah Kesulitan itu Ada Kemudahan

(Qs. Alam Nasyrah: 6)

Persembahan

*Bapak dan Ibu yang tercinta yang selalu menyayangiku,
Mendukungku baik secara moril maupun materi dan
Tiada hentinya memberikan do'a-do'a suci
Demi kesuksesanku*

ربّ اغفر لي ولوالديّ ورحمهما كما ربّيتني صغيراً

*Guru-guruku yang mulia,
Yang telah memberikan limpahan ilmu
Untuk menyongsong masa depan yang lebih baik*

*Bunda L, si cantik Amelia Yang selalu dihatiku
Yang tiada hentinya memberikan perhatian,
Kasih sayang, motivasi dan dukungannya selama ini.*

*Adikku Uyun dan Haris,
Yang selalu memberikan keceriaan
Yakinlah untuk Maju*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta ridhoNya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah SAW yang telah menghantarkan umat manusia menuju jalan yang penuh barokah.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah melibatkan banyak pihak yang dengan tulus ikhlas memberikan bimbingan, dorongan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
2. Bapak Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (FE UIN) Malang
3. Bapak Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Malang khususnya Dosen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi di UIN Malang.
5. Bapak Ir. Sulwan beserta keluarga, yang telah memberi kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di Ahad-Net Malang.
6. Seluruh responden Ahad-Net yang telah memberikan kontribusi besar bagi penulis untuk skripsi ini.
7. Mas Arie, Mas Asnan, dan Mas Syaiful selaku staf Fakultas Ekonomi yang senantiasa bersedia memberikan pelayanan terbaik kepada penulis.
8. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Angkatan 2001 yang senantiasa bersedia berbagi pengetahuan.
9. Mba' Vivi Nursanty yang selalu tulus ikhlas dan sabar memberi motivasi, kritik dan saran. Wilis Ndut, Onie, Mumun dan Ana terima kasih banyak atas belajar bareng selama ini.
10. Crew "INOVASI" UAPM (Unit Aktivitas Pers Mahasiswa), Mas Eko, Kholil, Cecep, Fia, mba May dan she manis Umie dan semuanya yang telah memberi banyak pengetahuan dan pengalaman yang berharga.
11. Crew SIMFONI FM, Arman, Irul, Movid, mas Rico (dimanapun kau berada), mas Aan atas segala pengetahuan, pengalaman dan keceriaannya, semoga perjuangan kalian untuk Simfoni tidak sia-sia mendapat balasan tersendiri.
12. Untuk Salme terima kasih untuk printernya (salam yach untuk yang punya printer), Antie, Ale, Nuri, Mona dan semua crew Simfoni terima kasih atas keceriaannya, jangan berhenti untuk berkreasi dan spesial terima kasih banyak untuk Simfoni atas komputernya.

13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dari penulis ini belumlah cukup membalas kebaikan semuanya, namun hanya inilah yang dapat penulis sampaikan dari hati yang paling dalam. Semoga Allah SWT menerima amal baik dan memberi balasan atas jerih payah semuanya dan kita selalu dalam lindungannya. Amin.

Malang, Agustus 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	11
-------------------------------	----

B. Tinjauan Umum Tentang Bisnis Jaringan <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	13
1. Asal Mula <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	17
2. Definisi <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	21
3. Konsep Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	23
4. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah	28
C. Pembahasan Tentang <i>The Cashlow Quadrant</i> Robert T. Kiyosaki	34
1. Penjelasan Dari Masing-Masing <i>The Cashlow Quadrant</i>	34
2. Kebebasan Finansial	38
D. Hubungan Antara Bisnis Jaringan <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) dengan Kebebasan Finansial	41
E. Kerangka Konseptual	43
F. Hipotesis	43

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	46
D. Data dan Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Pengukuran	48
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
H. Teknis Analisis Data	51
1. Analisis Regresi Berganda	51
2. Uji Uji Hipotesis	52
a. Uji t (secara parsial)	52
b. Uji F (secara simultan)	53

I. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	55
---	----

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum perusahaan	57
1. Sejarah Singkat Ahad-Net Internasional	57
2. Falsafah - Visi - Misi	58
3. Struktur Organisasi	59
4. Keunggulan dan Manfaat	61
B. Hasil Analisis dan Interpretasi Data	63
1. Deskripsi Responden	63
2. Uji Data	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reliabilitas	69
3. Deskripsi Variabel	70
4. Analisis Data	77
a. Analisis Regresi	77
b. Uji Hipotesis	80
1) Uji t (secara parsial)	81
2) Uji F (secara simultan)	86
C. Pembahasan Hasil Penelitian	87

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Perbedaan masing-masing diagram <i>The Cashflow</i> <i>Quadrant</i> Robert T. Kiyosaki	38
Gambar 2.2	: Perbedaan sisi kiri dan sisi kanan diagram <i>The Cashflow</i> <i>Quadrant</i> Robert T.Kiyosaki	40
Gambar 2.3	: Model Konsepsi Pengaruh Bisnis Jaringan <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor (Perspektif <i>The Cashflow Quadrant</i> Robert T. Kiyosaki)	43
Gambar 2.4	: Model Hipotesis Pengaruh Bisnis Jaringan <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor (Perspektif <i>The Cashflow Quadrant</i> Robert T. Kiyosaki)	44
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi PT. Ahad-Net Internasional	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Perbedaan Konsep Penjualan Konvensional/Tidak Langsung dan Penjualan Langsung	24
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Selain Menjadi Distributor/Anggota Ahad-Net	66
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Peringkat atau Jenjang Karir di Ahad-Net	67
Tabel 4.6	: Uji Validitas Variabel X (Independent)	68
Tabel 4.7	: Uji Validitas Y (Dependent)	69
Tabel 4.8	: Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.9	: Rekapitulasi Skor Variabel Perekrutan Anggota Baru (jenjang/level) (X1)	71
Tabel 4.10	: Rekapitulasi Skor Variabel Sistem Pendidikan Dan Pelatihan (X2)	72
Tabel 4.11	: Rekapitulasi Skor Variabel Penjualan Produk (X3)	73
Tabel 4.12	: Rekapitulasi Skor Variabel Komisi dan Bonus (X4)	74
Tabel 4.13	: Rekapitulasi Skor Variabel Kebebasan Finansial (Y)	75
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78

ABSTRAK

Nurudin, 2007 SKRIPSI. Judul: “Analisa Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor pada PT. Ahad Net Internasional (Ahad-Net) Malang”

(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

Dosen Pembimbing : Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

Kata Kunci : Bisnis Jaringan, *Multi Level Marketing* (MLM),
Kebebasan Finansial, *The Cashflow Quadrant*

Jaringan adalah kata kunci yang harus benar-benar dipahami oleh siapapun yang ingin sukses dalam hidup ini. Orang-orang sukses ternyata adalah mereka yang berhasil mencari dan membangun jaringan. Dalam khazanah Islam, kita mengenal istilah silaturahmi untuk maksud yang sama. Adalah *Multi Level Marketing* (MLM), salah satu bisnis yang memanfaatkan sistem jaringan, yaitu sistem pemasaran jaringan. Dalam penelitian ini, yang akan di analisa adalah bisnis jaringan MLM Syariah sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis jaringan. 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.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah sejauh mana bisnis jaringan MLM Syariah yang meliputi, perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4) dapat berpengaruh terhadap kebebasan finansial (Y) distributor Ahad-Net. Untuk itu diperlukan penelitian survey dengan jenis penelitian *explanatory research*. 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 F dan Uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis yang dikemukakan.

Dari hasil analisis diketahui bahwa, perhitungan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 12,293 dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha : 0,05$), dan F_{tabel} sebesar 2,53. Dengan $F_{hitung} = 12,393 \geq F_{tabel} = 2,53$, kesimpulannya variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. tetapi dari uji t diketahui bahwa secara parsial hanya variabel perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1) serta komisi dan bonus (X4) yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, karena $t_{hitung} X1 = -2,820$ dan $X4 = 6,508 \geq t_{tabel} = 1,960$. Sedangkan variabel lain, Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), penjualan produk (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, karena $t_{hitung} (X2 = 0,269$ dan $X3 = -1,162)$ berada diantara $-1,960 \leq t_{hitung} \leq 1,960$.

ABSTRACT

Nurudin, 2007 SKRIPSI. Title: "The Analysis of Multi Level Marketing (MLM) Syariah Relations to The Free Distributor Finance in PT. Ahad Net International (Ahad-Net) Malang"
(Perspective of The Cashflow Quadrant Robert T. Kiyosaki)
The Advisor : Dr. Salim Al-Idrus, MM., M. Ag.

Key words : Net Work, MLM, Finance Free, The Cashflow Quadrant.

A net is key word that must be understood by everyone who wants to be success in the life. In fact, the success man is the one success in looking for and building up the nets. In Islamic knowledge, we know term "Silaturahmi" in the same meaning. Finally, silaturahmi causes the great power of nets. Multi Level Marketing (MLM) is the one of business that uses nets system, minimally nets marketing system. This research studies about the nets business of MLM Syariah as the real implementation of the activities of net working. Many people think that MLM is as new way that has many chances to the owner. It means, we have an occasion to find more income fast and as new way to have finance free.

The problem of this research is how long the net working MLM Syariah is that includes the recruitment of new members (degree) (X1), training and education system (X2), product sell (X3), and Prize (X4) influences finance free (Y) of Ahad-Net distributor. To get the data needed survey research with the explanatory research. Analysis tools that used is validity and reliability data to know the effectiveness tool. Duo linier regression needed to know the relation and the influences between free variable and bound variable. F-test and t-test needed to know hypothesis discussed.

In conducting to the analysis result, the researcher found out that the account of F-test shows F_{hitung} 12,293 with the validity degree 95 % (α : 0,05), and F_{tabel} 2,53. By F_{hitung} : $12,293 \geq F_{tabel}$ 2,53 the conclusion is free variable has an influence towards bound variable in the same time. In the contrary, from t-test shows that both of the recruitment of new members (degree) (X1) and Prize (X4) partially has an influence to bound variable, because t_{hitung} X1 = -2,820 and X4 = 6,508 $\geq t_{tabel}$ = 1,960. The other variable includes training and education system (X2), product sell (X3) do not have an influence to free variable because each of variable (X2 = 0,269 and X3 = - 1,162) located between $-1,960 \leq t_{hitung} \leq 1,960$.

ABSTRACT

نور الدين , 2007 البحث الجامعي. "تحليل عمل شبكة لتعدد درجة تسويق
شريعة تجاه حرية مالية الموزع في مؤسسة تجارية PT. Ahad Net International
(Ahad-Net) مالانج

(نظرية (The Cashflow Quadrant Robert T. Kiyosaki

المشرف : الدكتور سالم إدروس الماجستير

الكلمة الرئيسية: عمل شبكة, تعدد درجة التسويق, حرية مالية, The Cashflow
Quadrant

الشبكة هي كلمة رئيسية لازمة معرفتها لمن أراد أن ينجح في الحياة.
الناجحون هم الذين ينجحون أن يبحثوا شبكة وقيمها. نعرف الاصطلاح المناسب
بكلمة شبكة في الإسلام مما يسمى بصلة الرحم. في النهاية, تسبب صلة الرحم
على وجود قوة شبكة قوة عظيمة. تعدد درجة التسويق هو أحد الأعمال الذي
استخدم نظام الشبكة يسمى بنظام تسويق الشبكة. يحلل هذا البحث عمل الشبكة
لتعدد درجة التسويق الشريعة لتطبيق نشاط عمل الشبكة. كثير من الناس يحسبون
بأن تعدد درجة التسويق طريقة جديدة و ممتازة لبحث المالية وإعطاء الفرص
لأهلها. المقصود هو الفرصة لنيل الدخل الأعلى سريعا و الطريقة من حرية
مالية.

أسئلة البحث لهذا البحث هي كيف بأثر عمل الشبكة لتعدد درجة التسويق
الشريعة تحتوي على تسليم أعضاء الجدد (درجات) (X1), نظام التربية والتدريبية
(X2), وبيع الإنتاج (X3), والعمولة والعطية (X4), تجاه حرية مالية (Y) الموزع
Ahad-Net. وبالعكس, يحتاج هذا البحث إلى البحث التحليلي بنوع البحث
تصوري explanatory research. آلة تحليل البحث هي امتحان الصحة والتحقيق
لمعرفة إصابة وثابت آلة المقاص. ارتداد لينير مركب لمعرفة صلة وأثر بين
جزء حري وجزء قيدي. استخدام اختبار F و t لمعرفة فردية مقضية.

بناء على تحليل البيانات, يعرف بها أن حساب اختبار F وجد F_{hitung}
12,293 بدرجة الصحة (α: 0,05) 95 % ووجد F_{tabel} 2,53 بمعرفة $F_{hitung}: 12,293 \geq F_{tabel}$
2,53. الخلاصة لهذا البحث بأن جزء حري يؤثر جزء قيدي لأن $t_{hitung} X1 = -$
2,820 و $t_{tabel} = 1,960$. أما الجزء الأخر, نظام التربية والتدريبية (X2)
والعمولة والعطية (X3) لا يؤثر تجاه جزء قيدي لأن t_{hitung} كل واحد من الأجزاء
(X2 = 0,269 and X3 = - 1,162) يكون في $-1,960 \leq t_{hitung} \leq 1,960$.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam banyak kasus, hidup kita ternyata lebih dimudahkan dengan adanya sistem jaringan, misalnya pada *World Wide Web* atau dikenal dengan Internet. Internet bekerja melalui sistem jaringan yang saling menghubungkan antar komputer diseluruh dunia. Komputer siapapun yang telah tersambung dengan jaringan ini, bisa saling berinteraksi. Mengirim surat, pemesanan dan pembayaran barang, akses informasi, dan lain sebagainya. (Kuswara, 2005:3, Jaringan Silaturahmi, <http://www.mqbiz.com/>, 2005). Walaupun terkadang kita direpotkan pula oleh adanya jaringan yang bercitra negatif, seperti jaringan teroris, jaringan mafia obat-obatan, dan lain sebagainya. Jaringan ternyata dapat memudahkan dan di sisi lain dapat pula menyulitkan kehidupan kita.

Charles-Albert Poissant dalam bukunya “Rahasia Keberhasilan 10 jutawan Terkemuka Dunia” memberikan kesimpulan bahwa untuk menjadi seperti para jutawan terkemuka, kita harus mengembangkan jaringan. Tiada lain, karena jaringan akan membantu kita menaiki jenjang sukses jauh lebih cepat dari yang pernah kita bayangkan. (Kuswara, 2005:3). Jaringan adalah kata kunci yang harus benar-benar dipahami oleh siapa pun yang ingin sukses dalam hidup ini. Orang-orang sukses ternyata adalah mereka yang berhasil mencari dan membangun jaringan (Jaringan Silaturahmi, <http://www.mqbiz.com/>, 2005).

Dalam khazanah Islam, kita mengenal istilah *silaturahmi* untuk maksud yang sama. Secara estimologis, silaturahmi berarti menghubungkan kekerabatan dan persaudaraan atas dasar cinta dan kasih sayang, sekaligus menghilangkan segala kedengkian, kebencian dan permusuhan diantara sesama. Bahkan silaturahmi menjadi salah satu dibukanya pintu rizki, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda :

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قل رسول الله صلى عليه وسلم: من أحب أن يبسط له في رزقه وأن ينسأ في أثره فليصل رحمه (أخرجه البخاري)

"Barang siapa yang mempunyai keinginan untuk diluaskan rizkinya yang diakhirkan ajalnya, maka hendaklah ia menyambung silaturahmi" (HR Imam Bukhari dari Abu Hurairah).

Silaturahmi pada akhirnya akan melahirkan kekuatan jaringan yang sangat dahsyat. Dengan kekuatan silaturahmilah tidak ada masalah yang tidak bisa dipecahkan. Tidak ada hal yang berat kecuali bisa diangkat. Dan tidak ada jalan buntu kecuali bisa ditembus. Kita bekerja keras mencari dan membangun jaringan berarti kita sedang mengembangkan silaturahmi. Silaturahmi dapat melipatgandakan rizki. Begitu juga bisnis pemasaran jaringan yang mampu membuat pertumbuhan rizki kita menjadi sangat eksponensial. Memadukan silaturahmi dalam kerangka bisnis berarti kita memadukan kebaikan-kebaikan (Kuswara, 2005:3).

Adalah *Network Marketing/Multi Level Marketing (MLM)*, salah satu bisnis yang memanfaatkan sistem pemasaran jaringan, yang oleh Robert T. Kiyosaki

(2005:102-106) pengamat pemasaran jaringan asal Hawaii, keturunan Amerika-Jepang menyebutnya sebagai Jaringan pribadi terwaralaba. Keunggulan sistem pemasaran jaringan ini adalah bahwa kekuatan hukum *Metcalf* dapat dimanfaatkan oleh orang rata-rata, orang-orang seperti kita, dengan syarat mematuhi hukum tersebut. Rumus ini dapat dilihat dalam kasus jaringan mesin faks. Jika hanya ada satu mesin faks di dunia ini, ia benar-benar tidak mempunyai nilai ekonomis. Tapi, ketika ada dua mesin faks, menurut Hukum *Metcalf*, nilai ekonomis mesin faks tersebut kini menjadi pangkat dua. Nilai ekonomis jaringan itu naik dari 0 menjadi 4. Tambahkan mesin faks ketiga, nilai ekonomis jaringan tersebut naik dari 4 menjadi 9. Jika jumlah mesin faks terus bertambah, nilai ekonomisnya berlipat pula. Dengan kata lain, nilai ekonomi sebuah jaringan naik menurut deret ukur, bukan deret hitung (Kuswara, 2005:6).

Kalau kita mengikuti prinsip-prinsip hukum itu, bergabung dengan perusahaan pemasaran jaringan adalah permulaan yang baik, tetapi sekedar bergabung tidak memberi hak kepada kita untuk memanfaatkan kekuatan hukum ini, seperti halnya kita membeli telepon, tetapi kita adalah satu-satunya orang yang memiliki telepon (Network Marketing/ MLM, <http://www.mlmindonesia.com>).

Dan akhirnya, banyak yang menganggap MLM sebagai “terobosan baru” yang luar biasa, cara terbaik untuk mendapatkan uang (Benny Santoso, 2003:27), dan merupakan terobosan yang akan memberikan banyak “peluang” bagi yang menekuninya. Peluang yang dimaksud adalah peluang untuk mendapatkan

penghasilan yang lebih besar secara cepat, serta merupakan cara untuk “bebas secara finansial”. (Sopian, 2004:3).

Berbicara tentang bebas secara finansial, Robert T. Kiyosaki menjelaskan dalam bukunya *The CASHFLOW Quadrant : panduan ayah kaya menuju kebebasan finansial*. Dalam buku ini mengisahkan cerita seorang Ayah Kaya yang membimbing menuju kekayaan besar dan kebebasan finansial. Yaitu cara Ayah Kaya menjelaskan perbedaan antara sisi kiri *The CASHFLOW Quadrant*, kuadran "E" dan "S", dengan yang kanan atau kuadran "B" dan "I".

The CASHFLOW Quadrant mewakili berbagai metode yang berlainan, dengan mana penghasilan atau uang diperoleh. Sebagai contoh, seorang "E" mendapat uang dengan mempunyai pekerjaan dan bekerja untuk orang lain atau sebuah perusahaan. Orang "S" mendapat uang dengan bekerja untuk diri sendiri. Seorang "B" memiliki usaha yang menghasilkan uang, dan "I" mendapat uang dari berbagai investasi mereka –dengan kata lain, uang menghasilkan uang yang lebih banyak- (Robert T. Kiyosaki 2005:14). Jadi dengan berbisnis jaringan melalui MLM/*Network Marketing* berarti seseorang telah berpindah kuadran dan berada di kuadran I, sebelah kanan. Seseorang yang berada di kuadran sebelah kanan menurut Robert T. Kiyosaki akan memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan yang tidak terbatas (Robert T. Kiyosaki, 2005:100-104).

Berkembangnya industri MLM di Indonesia belakangan ini merupakan suatu fenomena yang cukup menarik. Dalam waktu kurang dari dua dekade, bangsa ini telah memiliki sekitar 40-an lebih perusahaan MLM. Menurut data

APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia) tahun 2002, sekitar 4 juta orang telah terlibat dalam industri ini, dan di antaranya terdapat puluhan hingga ratusan ribu orang yang terpicat hatinya pada perusahaan MLM berbasis Syari'ah (Fachrur Rozi, 2005:65).

MLM Syari'ah pertama di Indonesia bahkan di dunia adalah Ahad-Net. Ahad-Net adalah perusahaan yang memasarkan produk-produk Syar'i (suci/thahhir, halal dan thoyyib) yang diawasi oleh Dewan Syari'ah. Dengan konsep MLM. Ahad-Net didirikan pada tanggal 1 Januari 1996 di Masjid Al-ittihad, Tebet, Jakarta Selatan.

Dengan modal awal ratusan juta rupiah, H. Setyotomo bersama H. Muhammad Hidayat, KH Ma'ruf Amin, H. Atang Kustandi, H. Abdul Halim, dan H. Danny Ramdhani merintis usaha ini dengan pendekatan syariah. Usaha ini dirancang sebagai bisnis silaturrahim (MLM) dengan jaringan (*Net*) umat muslim yang berwawasan luas. Nama Ahad sendiri diambil dari singkatan Alquran, Hadits, Akhirat, dan Dunia (Mengejar Untung Dunia dan Akhirat, [http://www Eksekutif.com](http://www.Eksekutif.com), 2007).

Cara kerja perusahaan ini sebenarnya tak jauh berbeda dengan MLM pada umumnya, yakni dengan melakukan pemasaran produk-produk tertentu dengan sistem berjenjang. Artinya setiap mitra/distributor memperoleh manfaat dengan mengembangkan jaringan (*net*) seluas-luasnya untuk memperoleh pendapatan yang dihitung berdasarkan keaktifan jaringannya. Semua penghargaan pada anggota diberikan berdasarkan kemampuan anggota

memperluas jaringan dan besarnya nilai penjualan tiap bulan. Hal ini diperkuat dengan ungkapan Komisaris Ahad-Net, H. Setyotomo dalam situs www.eksekutif.com.

"Ini (Ahad-Net) memang bisnis yang tidak sekadar mengejar dunia semata, tetapi juga akhirat. Siapa saja bisa bergabung sebagai mitra salur dan jika dilakukan secara istiqomah, Insya Allah peluang memperoleh pendapatan yang besar akan bisa diraih".

Baik Setyotomo bersama pengusaha Muslim yang lain dengan bisnis jaringan MLM (syari'ah) Ahad-Net maupun kebebasan finansial Robert T. Kiyosaki dengan *The Cashflow Quadrant*nya adalah orang sukses. Keduanya mengajarkan suatu "nilai" yaitu pentingnya berusaha untuk meraih kejayaan dunia dengan berpindah kuadran ke arah seorang usahawan yang mandiri.

Berangkat dari ulasan diatas, maka penulis ingin menganalisis bisnis jaringan MLM (syari'ah) khususnya Ahad-Net sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis jaringan terwaralaba pribadi, terhadap kebebasan finansial anggotanya (distributor) ditinjau dari perspektif *The Cashflow Quadrant* milik Robert T. Kiyosaki. Yaitu ingin mendapat jawaban apakah bisnis jaringan MLM (syari'ah) Ahad-Net dapat memberikan kebebasan finansial (berpindah kuadran) di tinjau dari *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) khususnya MLM Syari'ah ini. Adapun judul penelitian ini adalah **Analisa Bisnis Jaringan Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada PT. Ahad Net Internasional (Ahad-Net) Malang (Perspektif *The Qashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, tentang pengaruh bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) terhadap perubahan finansial yang didapat seseorang setelah masuk bisnis tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah :

- a. Apakah bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4), berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y).
- b. Variable bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4) manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor (Y).

C. Tujuan Penelitian

Berpijak dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan

bonus (X4), terhadap kebebasan finansial Distributor (Y) ditinjau dari Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki.

- b. Untuk mengetahui variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang meliputi banyak perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4), yang memiliki pengaruh dominan terhadap kebebasan finansial Distributor (Y) ditinjau dari Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki.

D. Batasan Penelitian

Untuk menghindari bias dalam Penelitian ini, kiranya peneliti perlu memberikan batasan-batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu hanya terbatas pada masalah-masalah sebagai berikut :

- a. Bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang dibahas adalah bisnis jaringan yang ada di bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah PT. Ahad Net Internasional (Ahad-Net) di Malang
- b. Mengenai kebebasan finansial adalah kebebasan finansial pendapat Robert T. Kiyosaki yang digambarkan dalam *The Cashflow Quadrant* yaitu perpindahan distributor dari kuadran sisi kiri ke sisi kanan kuadran dalam diagram *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki.
- c. Variabel perekrutan anggota baru (jenjang atau level), berasal dari dua variabel yaitu variabel perekrutan anggota baru dan variabel banyak jenjang/level. Kemudian dijadikan satu karena memiliki pengertian yang

saling berkaitan. Yaitu, dimana setiap distributor yang mampu merekrut anggota baru, secara otomatis peringkat/levelnya akan naik.

E. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang pemasaran terutama tentang pemasaran langsung dan jaringan atau *Multi Level Marketing* (MLM) dan kebebasan finansial yang gambarkan Robert T. Kiyosaki dalam *The Cashflow Quadrant*. Serta dapat dijadikan sebagai acuan atau salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi terutama masalah bisnis jaringan dan masalah finansial.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini antara lain,

- a. Sulaiman (2002) melakukan penelitian *Sistem Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Yaitu ingin mengetahui bagaimana sistem penjualan dan sistem sponsor dalam sistem MLM dilihat dari perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini dengan studi literatur diperoleh kesimpulan bahwa sistem penjualan produk dan sponsor dalam MLM dilihat dari etika bisnis Islam tergantung pada permasalahannya. Dalam hal ini peneliti masih belum menemukan jawaban yang tepat dari hasil penelitiannya. Disatu sisi peneliti mengungkapkan bahwa sistem MLM tidak sesuai dengan anjuran dan tuntutan dalam etika bisnis Islam, karena dianggap adanya *gharar*, kurangnya transparan serta merugikan level yang paling bawah (*down liner*) tetapi disisi lain peneliti tidak bisa *menafikan* adanya sistem dalam MLM yang dianjurkan oleh Islam karena mendorong orang untuk membina hubungan silaturahmi.
- b. Cholida, Nailil (2003) melakukan penelitian dengan judul *Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah AHAD*

NET sebagai Upaya Penentuan peringkat dan Insentif. Hasilnya adalah dengan terus memperbaiki sistem pelatihan yang dilakukan dalam suatu jaringan dan meningkatkan pertemuan antar jaringan mitra niaga, peningkatan *training* atau pelatihan akan meningkatkan kualitas mitraniaga dalam pengembangan jaringannya dan akan berdampak pada penentuan peringkat dan insentif yang didapatkan oleh mitra niaga itu sendiri.

Dari penelitian terdahulu diatas, menunjukkan bahwa sistem *Multi Level Marketing* (MLM) tidak bertentangan dengan Islam bahkan dianjurkan oleh Islam karena mendorong orang untuk membina hubungan silaturahmi. Selain itu sistem jaringan dalam MLM dampaknya sangat besar terhadap penentuan peringkat dan insentif. Beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu di atas adalah berkaitan dengan:

- a. Jenis penelitian terdahulu adalah penelitian kualitatif dan studi kasus dengan menggunakan pendekatan *study pustaka (library Reaserch)*, sedangkan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi.
- b. Begitu juga dengan indikator dan permasalahan menunjukkan adanya beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu. Sulaiman misalnya, Dia hanya ingin mendapat jawaban apakah sistem *multi level marketing* (MLM) tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, sedangkan dalam penelitian ini sama sekali tidak mempertentangkan MLM dengan Islam tetapi ingin membuktikan apakah MLM khususnya MLM Syariah

memiliki pengaruh terhadap kebebasan finansial. Adapun Cholida fokus pada pengaruh pengembangan jaringan Bisnis MLM terhadap 2 (dua) variabel saja yaitu pada peringkat dan insentif. Sedangkan dalam penelitian ini lebih luas lagi yaitu ada 4 (empat) variabel yang diteliti, yaitu meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, penjualan produk, serta komisi dan bonus, apakah berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor.

B. TINJAUAN UMUM TENTANG BISNIS JARINGAN *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM)

Pada akhir-akhir ini bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) atau pemasaran dengan cara berjenjang, disebut juga *Network Marketing* atau pemasaran dengan menggunakan jaringan, begitu marak, apalagi dalam suasana krisis ekonomi yang sampai sekarang belum kunjung berhenti.

Jaringan adalah kata kunci yang harus benar-benar dipahami oleh siapa pun yang ingin sukses dalam hidup ini. (Jaringan Silaturahmi, <http://www.mqbiz.com/>, 2005). Kita memerlukan teman, relasi, kolega, mitra atau orang-orang yang dapat mendukung pengembangan kehidupan pribadi maupun profesional kita. Dapat dikatakan, kualitas kehidupan kita sangat ditentukan oleh kualitas jaringan [network] orang-orang dalam kehidupan kita. Sehingga sangatlah penting bagi siapapun yang ingin sukses

untuk dapat memahami dan menguasai keterampilan mencari dan membangun jaringan. Sehingga tercapailah cita-cita dan tujuan hidup kita di dunia dan juga akhirat nanti.

Network Marketing/Multi Level Marketing (MLM) adalah Jaringan pribadi terwaralaba. Keunggulan sistem pemasaran jaringan ini adalah bahwa kekuatan hukum *Metcalf* dapat dimanfaatkan oleh orang rata-rata, orang-orang seperti kita, dengan syarat mematuhi hukum tersebut. Kalau kita mengikuti prinsip-prinsip hukum itu, bergabung dengan perusahaan pemasaran jaringan adalah permulaan yang baik, tetapi sekedar bergabung tidak memberi hak kepada kita untuk memanfaatkan kekuatan hukum ini.

Hukum Metcalf

Kedasyatan sebuah jaringan dijelaskan dalam buku *Rich Dad's The Business School* karya Robert T. Kiyosaki, dengan mengatakan bahwa secara sederhana nilai sebuah jaringan dapat dijelaskan dalam hukum Metcalf. Hukum ini diambil dari nama Robert Metcalf, warga Amerika Serikat, yang pertama kali mencetuskannya. Metcalf juga dikenal sebagai pendiri perusahaan 3 Com Corp, yang memproduksi Palm Pilot. Dia Juga dikenal

sebagai pencipta ether-net (internet). Dan yang membuat ia lebih terkenal adalah rumusan Hukum Metcalf-nya itu, yaitu:

Nilai Ekonomis sebuah jaringan = Jumlah pengguna²

(Nilai ekonomis sebuah jaringan sama dengan jumlah pengguna dikuadratkan)

Rumus ini dapat dilihat dalam kasus jaringan mesin faks. Jika hanya ada satu mesin faks di dunia ini, ia benar-benar tidak mempunyai nilai ekonomis. Tapi, ketika ada dua mesin faks, menurut Hukum Metcalf, nilai ekonomis mesin faks tersebut kini menjadi pangkat dua. Nilai ekonomis jaringan itu naik dari 0 menjadi 4. Tambahkan mesin faks ketiga, nilai ekonomis jaringan tersebut naik dari 4 menjadi 9. Jika jumlah mesin faks terus bertambah, nilai ekonomisnya berlipat pula. Dengan kata lain, nilai ekonomi sebuah jaringan naik menurut deret ukur, bukan deret hitung (Kuswara, 2005:6). Penjelasan lebih sederhana, ketika kita mempunyai telepon. Tidak akan ada artinya jika tidak ada orang lain yang mempunyai telepon. Pesawat telepon meningkat nilainya setelah menjadi jaringan menjadi jaringan telepon yang menglobal di seluruh dunia. Kini, sebuah pesawat telepon bisa mengontak puluhan ribu nomor telepon lain di seluruh dunia setiap saat. Itulah kedahsyatan sebuah jaringan.

Linier vs Eksponensial

Kedahsyatan jaringan dapat pula dijelaskan lewat perbedaan antara pertumbuhan eksponensial dan pertumbuhan linier. Istilah *linier* kita temukan dalam matematika dasar yang merujuk pada beberapa fungsi. Contoh sederhana adalah fungsi persamaan, seperti

$$5 + 5 = 10$$

Disebut linier karena pertumbuhannya berjalan pada satu garis lurus secara bertahap. Persamaan linier dinamakan juga sebagai perhitungan-perhitungan pada “kekuatan yang pertama saja”. Sedangkan yang disebut *eksponensial* adalah suatu sistem perkalian yang lebih canggih yang dikenal dengan sistem perpangkatan. Contoh persamaan eksponensial adalah $5^2 = 25$

Persamaan ini disebut eksponensial karena pada persamaan ini ada sebuah angka yang berada disebelah kanan atas yang berfungsi untuk menunjukkan berapa kali angka akarnya itu harus dikalikan. Persamaan ini biasa disebut perhitungan “kekuatan kedua” atau “kekuatan ketiga” dan seterusnya. Pertumbuhan eksponensial inilah bagi mereka yang memiliki bisnis jaringan. Jaringan akan mampu melipatgandakan kemampuan kita untuk mencapai kesuksesan dalam mengarungi kehidupan ini.

Selain itu, dalam pemasaran jaringan yang harus dilakukan adalah melakukan pembinaan motivasi (silaturahmi) agar distributor (*members*) dapat terus terbangun dan kuat. Faktor motivasi dalam bisnis ini sangat penting. selanjutnya, menyampaikan visi dan misi kita. Sebuah bisnis

berbasis jaringan yang hanya disandarkan pada motivasi sekedar uang, itu tidak akan kuat. Tetapi, yang harus diperkuat adalah mencampurkan visi misi spiritual dan visi misi bisnis (www.mqbiz.com, 2005).

1. Asal Mula *Multi Level Marketing* (MLM)

Bagian ini akan menjelaskan sejarah dari MLM. Diharapkan dengan mengetahui sejarahnya akan dapat memberikan pengertian yang lebih mendalam mengenai tujuan awal dari bisnis pemasaran (*Multi Level Marketing*). Sejarah MLM dalam tulisan ini banyak diambil dari situs <http://www.amway.co.id/directsale.asp>. Dimana akar dari MLM sendiri tidak bisa dipisahkan dengan beridirinya *Amway Corporation*.

Multi Level Marketing (MLM) ditemukan oleh dua orang profesor pemasaran dari Universitas Chicago pada tahun 1940-an. Produk pertama yang dijual adalah vitamin dan makanan tambahan Nutrilite.

Saat itu, *Nutrilite Products Inc.* yang sebelumnya bernama *California Vitamin Corporation* milik Carl Rehnborg (Benny Santoso, 2003:24) merupakan salah satu perusahaan di Amerika yang dikenal telah menggunakan metode penjualan secara bertingkat. Dengan modal awal yang relatif tidak besar, seorang tenaga penjual biasa mendapatkan penghasilan melalui dua cara. Pertama, keuntungan diperoleh dari setiap program makanan tambahan

yang berhasil dijual ke konsumen. Kedua, dalam bentuk potongan harga dari jumlah produk yang berhasil dijual oleh distributor yang direkrut dan dilatih oleh seorang tenaga penjual dari perusahaan.

Rancangan penjualan perusahaan itu menarik perhatian Rich DeVos dan Jay Van Andel. Dua pemuda dari Michigan ini kemudian memutuskan bergabung sebagai tenaga penjual. Hasilnya, dalam kurun waktu sembilan tahun mereka tidak hanya menikmati keuntungan dari menjual produk Nutrilite, tapi yang paling melekat dalam benak mereka adalah kehebatan konsep penjualannya. Suatu konsep yang merupakan dasar dari terbentuknya *Amway Corporation* di kemudian hari.

Pada pertengahan tahun 1950, organisasi dalam perusahaan Nutrilite mengalami guncangan. Momentum ini merupakan awal berdirinya Amway pada tahun 1959. Amway didirikan oleh Rich DeVos dan Jay Van Andel, berdasarkan suatu keyakinan, bahwa kesuksesan memasarkan suatu produk adalah menjualnya secara langsung kepada pelanggan. Berdasarkan pengalaman berharga yang diperoleh dari Nutrilite, mereka memulai usaha yang sederhana dengan menempati sebuah gudang di kota Ada, Michigan, dengan produk awal LOC (*Liquid Organic Cleaner*), suatu cairan pembersih biodegradable yang aman untuk lingkungan.

Usaha ini kemudian berkembang menjadi Amway Corporation, sebuah perusahaan yang berskala Internasional di 80 negara.

MLM sendiri mulai tumbuh di luar Amerika Serikat pada tahun 1960-an. Dan dalam waktu singkat, ia berkembang pesat sebagai bagian yang terpenting dari industri penjualan langsung. Selama puluhan tahun MLM terbukti merupakan cara yang sangat sukses memberikan penghasilan yang layak kepada pelanggan secara langsung. Kesuksesan ini terlihat nyata ketika pada tahun 1972 Amway membeli Nutrilite Inc. yang memproduksi vitamin dan makanan tambahan bermutu. Seperti halnya semua bentuk penjualan langsung, metode ini membawa manfaat yang luar biasa bagi pasar dengan memberikan kesempatan kepada ribuan orang yang mungkin terabaikan atau tidak terserap di pasar tenaga kerja. MLM merupakan cara yang cukup sederhana dan tidak mahal bagi siapa saja yang ingin belajar tentang dasar bisnis dan manajemen penjualan.

MLM memang memberikan kesempatan kepada setiap orang, yang semula tidak diperhitungkan di dunia perdagangan. Bisnis ini menawarkan kemudahan bagi setiap orang, dengan cara yang sederhana, untuk menambah penghasilan mereka. MLM memperbolehkan orang berbisnis dengan produk atau jasa yang unik dan inovatif, membawa mereka ke pasar tanpa mengeluarkan

biaya iklan di media masa yang sangat besar, dan tanpa harus bersaing di toko-toko pengecer. Suatu metode distribusi eceran dengan sentuhan pribadi yang sudah menyebar ke seluruh pelosok dunia.

Dari sejarah munculnya MLM ini, dapat diketahui bahwa MLM muncul dengan tujuan utama untuk menjual produk baru yang belum dikenal luas oleh umum. Hubungan dari teman yang satu ke teman yang lain digunakan untuk memperkenalkan produk baru tersebut.

2. Definisi *Multi Level Marketing* (MLM)

MLM adalah menjual/memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa kepada konsumen. Sehingga biaya distribusi barang sangat minim atau sampai ketitik nol. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan). Dalam MLM ada unsur jasa, artinya seorang distributor menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari prosentasi harga barang dan jika dapat menjual sesuai target dia mendapat bonus yang ditetapkan perusahaan (<http://www.syari'ahOnline.com>, 2005). Hal ini diperkuat Charmichael (1996:2) dengan berpendapat bahwa :

"Multi Level Marketing adalah suatu cara efektif, baik produk ataupun jasa yang dipindahkan atau didistribusikan tanpa biaya yang biasanya,

dihubungkan dengan biaya operasi reklame tertentu, promosi dan pemasaran."

Jika dilihat dari akar katanya MLM adalah singkatan dari *Multi Level Marketing*. *Multi* dapat diartikan "banyak", *Level* sama dengan "berjenjang" atau "tingkat", sedangkan *Marketing* adalah "pemasaran". Jadi, *Multi Level Marketing* adalah 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 (Sopian 2004:3).

Menurut Kuswara (2005:17) *Multi Level Marketing* (Pemasaran Multi Tingkat), yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

Istilah *Multi Level Marketing* (MLM) menurut Moch. Fachrur Rozi (2005) adalah sistem pemasaran yang berpijak pada jaringan keanggotaan yang berhimpun dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa. Yaitu bisnis pemasaran yang menerapkan sistem 'keuntungan berjenjang' berdasarkan tingkatan keanggotaan (*membering*) di suatu organisasi dagang.

Sedangkan menurut Benny Santoso (2003:28) MLM hanyalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan Pemasaran dan

Distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi. Artinya MLM sama sekali bukanlah suatu cara ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah.

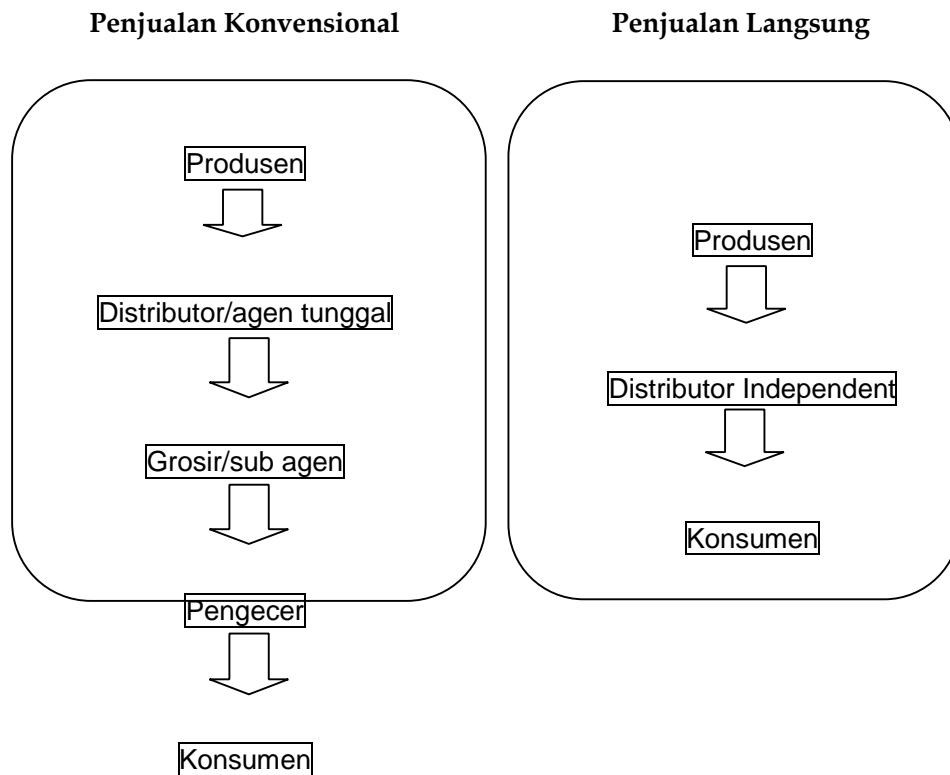
Berdasarkan definisi diatas, *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu metode untuk memasarkan suatu produk. Jadi, MLM berhubungan dengan cara memasarkan suatu produk dengan menerapkan sistem 'keuntungan berjenjang' dan memanfaatkan sebuah jaringan kerja (keanggotaan). Dengan kata lain, MLM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

3. Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)

Konsep sistem MLM dalam bukunya Benny Santoso (2003:28-29) adalah berusaha memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen. Perbedaan antara MLM (sistem penjualan langsung) dan sistem Penjualan Konvensional dapat dilihat pada diagram dibawah ini.

Tabel 2.1

Perbedaan konsep penjualan konvensional/tidak langsung dan penjualan langsung



Sumber: Santoso, Benny (2003:29)

Andrias Harefa (1999:4) menyatakan bahwa MLM bisa memotong biaya pemasaran dan distribusi yang besarnya sekitar 60% dari harga jual dan memberikannya kepada distributor independen dari perusahaan MLM yang yang ditentukan dengan suatu sistem berjenjang. Dengan demikian, harga dari produk yang dijual melalui MLM seharusnya bisa bersaing dengan produk yang dijual melalui cara konvensional (Benny Santoso, 2003:28-29).

Selain itu bisnis jaringan MLM memiliki sistem yang menjadi ciri khusus dan membedakannya dengan sistem pemasaran lain, diantara ciri-ciri khusus tersebut (Kuswara, 2005:17) adalah:

a. Melakukan perekrutan anggota baru,

Keunggulan sistem pemasaran jaringan adalah kekuatan Hukum Metcalf dapat dimanfaatkan oleh setiap orang dengan syarat mematuhi hukum tersebut. Yaitu, tugas kita adalah menduplikasi seseorang (sponsor kita) persis seperti kita.

Orang-orang yang menjadi bagian atau anggota jaringan disebut *network members*. *Network members* biasanya ada pada anggota jaringan pemula atau anggota yang tidak aktif (*down line* tidur). Pada tahap ini pertama kali *members* dikenalkan dengan visi, misi dan segala informasi yang berkaitan dengan perkumpulan jaringan yang diikuti.

b. Terdapatnya banyak jenjang atau level,

Sesuatu yang khas dari MLM adalah adanya sistem penjenjangan atau tingkatan untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. Setiap distributor yang mampu merekrut beberapa *down line*, secara otomatis peringkatnya akan naik. Jika dia mampu membina *down line*-nya untuk melakukan hal serupa, peringkatnya akan terus meranjak sesuai dengan bertambahnya jaringan. Inilah yang dimaksud dengan pertumbuhan eksponensial.

c. Sistem pendidikan dan pelatihan,

Alasan nomor satu Robert T. Kiyosaki merekomendasikan sebuah bisnis jaringan adalah karena sistem pendidikannya. Yaitu *pendidikan bisnis yang mengubah hidup*, artinya pendidikan yang mempunyai kekuatan untuk membuat perbedaan besar dalam hidup.

Untuk berhasil dalam bisnis jaringan menurut Robert T. Kiyosaki dalam bukunya *Business School for people who like helping people* (2005:14) ada 12 pelajaran bisnis jaringan yang harus dikuasai yaitu:

- 1). Sikap terhadap kesuksesan
- 2). Keahlian memimpin
- 3). Keahlian berkomunikasi
- 4). Keahlian manusia

- 5). Mengatasi ketakutan pribadi, kerugian, tidak percaya diri
 - 6). Mengatasi rasa takut terhadap penolakan
 - 7). Keahlian manajemen uang
 - 8). Keahlian investasi
 - 9). Keahlian pertanggungjawaban
 - 10).Keahlian manajemen waktu
 - 11).Penentuan tujuan/cita-cita
 - 12).Sistematisasi
- d. Penjualan produk,
- MLM adalah salah satu cabang dari *Direct Selling* (penjualan langsung). *Direct Selling* (DS) bermakna sebagai metode penjualan barang (produk) dan atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara 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.
- e. Adanya komisi dan bonus untuk tiap jenjangnya
- Komisi berkaitan dengan omzet penjualan secara pribadi atau kelompok. Sedangkan bonus merupakan hadiah apabila seorang distributor telah mencapai target-target tertentu. Komisi dan bonus sebenarnya sesuatu yang umum dan terdapat dalam setiap bisnis apapun. Dalam bisnis MLM, komisi dan bonus sangat terkait dengan prestasi dari distributor.

Dari ciri-ciri atau sistem diatas, calon distributor semacam 'membeli' hak untuk merekrut anggot baru, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualan mereka sendiri maupun dari hasil penjualan anggota yang direkrut (*downline*) di dalam organisasi jaringan.

4. *Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah*

K.H Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) dalam situs www.mqbiz.com mengatakan: "MLM boleh saja berasal dari barat. Namun, dalam praktek dan implementasinya, bisnis ini penuh nuansa Islam, baik silaturahmi, tolong menolong dan tawakal dalam merubah nasib.

Bisnis MLM, menurut Setiawan Budi Utomo dalam majalah Modal No 12/2003 berpendapat: Bisnis MLM, dalam literatur Islam termasuk kategori *mu'malah*. Dibahas dalam Bab *al-Buyu'* (jual-beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqih (*al-ashlu fil asya' al ibahah*; hukum asal segala sesuatu termasuk mu'amulah adalah boleh) selama bisnis tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti riba, *ghoror* (tipuan) *dharar* (bahaya), dan *jahalah* (ketidakjelasan), *dzulum* (merugikan hak orang lain), disamping barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal.

Masih menurut Setiawan Budi Utomo, Bisnis MLM dalam kajian fiqih kontemporer dapat ditinjau dari dua aspek, yakni produk barang atau jasa yang dijual dan cara ataupun sistem penjualan (*selling/marketing*). Mengenai produk barang yang dijual, apakah halal atau haram tergantung kandungannya apakah terdapat sesuatu yang diharamkan Allah menurut kesepakatan (*ijma'*) ulama atau tidak, begitu juga jasa yang dijual.

Perusahaan MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produksi barang tetapi juga jasa yaitu jasa *marketing* yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus dan sebagainya. Jasa perantara penjualan ini dalam terminologi fiqih disebut "*simsarah/simsar* (makelar)" ialah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli) atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli. Pekerjaan *samsarah/simsar* berupa makelar, distributor, agen dan sebagainya dalam fiqih Islam adalah termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang dengan imbalan. Pada dasarnya, para ulama seperti Ibnu 'Abbas, Imam Bukhari, Ibnu Sirin, 'Atha, Ibrahim, memandang boleh jasa ini (Setiawan Budi Utomo, Majalah Modal No. 12/2003).

Adapun, jika MLM diartikan sebagai bisnis jaringan, maka pada kata 'jaringan' terkandung nilai inti yang menjadi dasar kesuksesan seorang yang bergelut dalam sebuah bisnis berbasis '*networking*'.

Sehingga pemahaman atas kata ini menjadi suatu hal yang sangat penting. Dalam khazanah islam, kita mengenal istilah *silaturahmi* untuk maksud yang sama. Secara estimologis, silaturahmi berarti menghubungkan kekerabatan dan persaudaraan atas dasar cinta dan kasih sayang, sekaligus menghilangkan segala kedengkian, kebencian dan permusuhan diantara sesama.

Silaturahmi pada akhirnya akan melahirkan kekuatan jaringan yang sangat dahsyat. Dengan kekuatan silaturahmilah sehingga tidak akan ada masalah, kecuali bisa dipecahkan. Tidak ada hal yang berat kecuali bisa diangkat. Dan Tidak ada jalan buntu kecuali bisa ditembus. Inilah esensi penting dari silaturahmi.

Kita bekerja keras mencari dan membangun jaringan (MLM) berarti kita sedang mengembangkan silaturahmi. Silaturahmi melipatgandakan rizki sebagaimana halnya bisnis pemasaran jaringan yang mampu membuat pertumbuhan rizki kita menjadi sangat eksponensial dahsyatnya (www.mqbiz.com, 2005).

K.H Abdullah Gymnastiar, dalam tulisannya di harian Republika, rubrik Taushiyah, alat ukur keuntungan dalam berbisnis atau bekerja itu ada lima. *Pertama*, keuntungan amal shaleh. *Kedua*, keuntungan membangun nama baik. *Ketiga*, keuntungan menambah ilmu, pengalaman dan wawasan. *Keempat*, keuntungan membangun relasi atau silaturahmi. *Kelima*, keuntungan yang tidak sekadar mendapatkan

manfaat bagi diri sendiri, melainkan bagi banyak orang dan memuaskan orang lain.

Ternyata, dari lima alat ukur itu, semua terakomodir dalam bisnis MLM. Misalnya, keuntungan membangun relasi dan silaturahmi, merupakan hal pokok dalam bisnis MLM. Sebab, dalam bisnis MLM, dibangun atas dasar dua prinsip: menjual dan mensponsori orang lain ke dalam bisnis ini. Kedua hal tersebut, hanya dapat dilakukan dengan melakukan silaturahmi (dalam MLM disebut *home sharing, home meeting*).

Pada tahun 1990-2003 di Tanah Air mulai marak perusahaan MLM berbasis syari'ah. Kemudian, bagaimana kita menilai dan menempatkan bisnis MLM yang berlabel *syari'ah* ? Aa Gym sudah menjawabnya dengan keberadaan MQ-Net, bahkan Ahad-Net sudah lebih dahulu menjawab sebagai perusahaan MLM pertama di Indonesia yang "berlabelkan" syari'ah. Kehadiran beberap MLM Syari'ah menurut Sopian (2004) dalam bukunya "*Kontroversi Bisnis AA Gym*" sepertinya mencoba memberikan jawaban bahwa tidak semua bisnis MLM bertentangan dengan ajaran atau nilai-nilai syari'ah (Sopian, 2004:14).

Pengertian MLM Syari'ah sendiri menurut Kuswara (2005:86) adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syari'ah. Dengan demikian, 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.

Perusahaan MLM yang menetapkan landasan syari'ah sebagian mengacu pada sabda Rasulullah saw tentang pentingnya konsep berserikat dan berjamaah. Rasulullah saw bersabda,

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

"*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,

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

"*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)

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 (2005:72) merupakan sebuah sistem dimana secara formal-institusional bangunan metodologinya merujuk pada kerangka dan nilai-nilai Syari'ah dalam pengertian Fiqih Islam.

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

- 1) Adanya transaksi riil atas barang/produk yang diperjual belikan
- 2) Tidak ada *excessive mark up* harga barang
- 3) Harga barang diketahui dengan jelas pada saat transaksi
- 4) Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal
- 5) Tidak ada eksploitasi dalam urutan pebagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir
- 6) Pembagian bonus semestinya mencerminkan usaha masing-masing anggota
- 7) Barang atau jasa yang diperdagangkan bukan barang haram
- 8) Sistem MLM tidak boleh mendorong pada pemborosan
- 9) Tidak menitik beratkan pada barang-barang yang tersier ketika ummat masih bergelut dengan kebutuhan primer.

C. PEMBAHASAN TENTANG *THE CASHFLOW QUADRANT* ROBERT T. KIYOSAKI

1. Penjelasan dari Masing-masing The Cashflow Quadrant

The Cashflow Quadrant adalah tentang keempat jenis orang yang berbeda yang ada di dalam 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 dalam masing-masing kuadran mewakili :

E untuk *employee* (pegawai)

S untuk *self-employed* (pekerja lepas)

B untuk *business owner* (pemiliki usaha)

I untuk *Investor* (penanam modal)

Kuadran 1 (Employee)

“E” (pegawai), seseorang yang berasal dari kuadran “E” atau pegawai, kemungkinan 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 pada suatu perusahaan. Golongan ini umumnya hanya mencari keamanan dalam bidang finansal/keuangan berupa gaji tetap tiap bulan dan segala macam jaminan termasuk pension. Yang terpenting 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), seseorang yang berasal dari kuadran “S”, atau pekerja lepas/mandiri, kemungkinan akan berkata: “saya sepertinya tak bisa menemukan orang yang mau bekerja dan melakukan tugas ini dengan benar” atau “saya menggunakan 20 jam tenaga saya dalam proyek ini”. Kelompok ini oleh Robert T. Kiyosaki dinamakan “kelompok-melakukan-sendiri”. Kalau 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 tergantung sama orang lain. Dalam kelompok ini termasuk wiraniaga komisi langsung –agen *real estate*, misalnya- dan juga pemilik bisnis kecil seperti pemilik toko eceran, pemilik restoran, konsultan, ahli terapi, pengacara, artis, dokter dan sebagainya. Uang dalam kelompok ini bukanlah yang terpenting;

kemandirianlah yang terpenting. Intinya, 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), adalah mereka yang mempunyai usaha sendiri, mereka tidak bekerja sendiri, melainkan 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?”. Kelompok ini nyaris bisa dikatakan sebagai lawan “S”. Untuk menjadi berhasil dalam bisnis, keterampilan teknis diperlukan seperti membaca laporan keuangan, pemasaran, penjualan, negoisasi dan sangat ditekankan pada belajar cara bekerja sama dan memimpin. “keterampilan teknis bisnis mudah dipelajari... yang sulit adalah bekerja sama dengan orang lain.

Untuk menjadi berhasil sebagai “B” diperlukan:

- a. kepemilikan atau pengendalian sistem
- b. kemampuan memimpin orang

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

Kuadran 4 (*Investor*)

"I" (penanam modal/investor). Yaitu para pemegang saham yang menanamkan uangnya sehingga menghasilkan uang. Dalam kelompok ini mereka tidak bekerja untuk uang, tapi uang bekerja untuk mereka. Karena tanpa harus bekerja pun mereka sudah mendapatkan uang (*passive income*). Investor membuat uang dengan uang. Mereka tidak perlu bekerja karena uang mereka bekerja untuk mereka. Kuadran "I" adalah arena bermain golongan kaya. Di kuadran manapun orang menghasilkan uang, jika berharap suatu hari akan kaya, mereka pada akhirnya harus memasuki kuadran "I".

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

Gambar 2.1

Perbedaan masing-masing diagram *The Casflow Quadrant*

Robert T. Kiyosaki

E = Employee : bekerja sebagai karyawan, pegawai negeri, buruh, dimana pada posisi ini anda bekerja untuk orang lain.

S = Self Employee : misalkan dokter, penyanyi, dan artis mereka bekerja sendiri dengan keahliannya. Mereka adalah



B = Business : pengusaha yang memiliki bisnis dengan sistem, sehingga tanpa diapun bisnis tetap jalan, jadi orang bekerja untuk anda misalnya: **Franchise**

I = Investor : orang yang penghasilan berupa pasive income, yaitu income yang tidak tergantung dia bekerja atau tidak, penghasilan akan tetap

Sumber: Kiyosaki, Robert T,

<http://www.rakhmat.biz/cashflow>. 2005)

2. Kebebasan Finansial

Tempat kita dalam *Cashflow Quadrant* tersebut ditentukan oleh sumber pemasukan kita. Kebanyakan dari kita yang mengandalkan slip gaji dalam casflow quadrant termasuk *employee*, sementara yang lain *self-employed*. Kedua kelompok individu ini menempati sisi kiri *Cashflow Quadrant*. Sisi kanan *Cashflow Quadrant* untuk para individu yang menerima pemasukan dari bisnis atau investasi milik mereka.

Sebagian besar dari kita pernah mendengar bahwa rahasia memperoleh kekayaan besar adalah

- 1). *OPT-Other People's Time* (Waktu Orang Lain).
- 2). *OPM- Other People's Money* (Uang Orang Lain).

OPT dan *OPM* ditemukan di sisi kanan *Quadrant*. Kebanyakan orang yang bekerja di sisi kiri *Quadrant* adalah *OP (Other People)* yang waktu dan uangnya dipergunakan. Dengan kata lain, pekerjaan yang bagus

menghasilkan kerja yang lebih keras dan jam kerja yang lebih panjang. Sedangkan dalam *Quadrant* sebelah kanan berarti kita bekerja lebih sedikit, menghasilkan lebih banyak dan menikmati lebih banyak waktu luang.

Orang yang berada disebelah kanan *Cashflow Quadrant* menurut Robert T. Kiyosaki telah mencapai "Kebebasan Finansial", walaupun kebebasan finansial bisa ditemukan dalam keempat kuadran ini. Akan tetapi, keterampilan "B" atau "I" akan membantu mencapai target finansial dengan lebih cepat. Seorang "E" yang berhasil seharusnya menjadi seorang "I" yang berhasil juga.

"I" dan "B" merupakan tempat kebebasan finansial, karena dalam kuadran "B", orang-orang bekerja untuknya dan dalam kuadran "I", uang bekerja untuk kita. Kita bebas untuk bekerja atau tidak bekerja. Dalam kedua kuadran ini memberi kita kebebasan fisik seutuhnya dari keharusan bekerja.

Secara sederhana yang menunjukkan perbedaan antara sisi kiri "E" / "S" dengan sisi kanan "B" / "I" yang merupakan tempat kebebasan finansial adalah, bahwa seseorang yang berada disebelah kiri kuadran bisa dikatakan seorang yang memiliki sebuah pekerjaan. Sedangkan disebelah kanan kuadran merupakan seorang yang memiliki sebuah "sistem" dan kemudian menyewa orang-orang berkompeten untuk menjalankan sistem tersebut.

Robert T. Kiyosaki menunjukkan bahwa di sisi kiri Kuadran, karyawan dan orang yang bekerja sendiri mewakili cara 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 Kuadran 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.

Gambar 2.2

Perbedaan sisi kiri dan sisi kanan

Diagram *The Casflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki



(Sumber: Kiyosaki, Robert T, 2005:ix)

D. HUBUNGAN ANTARA BISNIS JARINGAN DENGAN KEBEBASAN FINANSIAL

"Orang - orang sukses mencari dan membangun jaringan, orang - orang lain mencari pekerjaan" Robert T. Kiyosaki

Orang-orang sukses ternyata adalah mereka yang berhasil mencari dan membangun jaringan. Kita boleh memiliki ide atau produk terhebat, tetapi hanya akan sukses kalau kita mempunyai jaringan untuk memberi tahu orang tentangnya dan jaringan distribusi untuk menjualnya.

Beberapa bisnis paling sukses yang kita ketahui ternyata disebabkan karena jaringan pelanggan, wiraniaga, pemasok dan sebagainya. Sebagai contoh, saat ini ada dua jenis bisnis yang memanfaatkan jaringan sebagai landasan operasionalnya. Yaitu, waralaba dan *network marketing*.

Waralaba adalah 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 siapapun yang mau. Pemiliknya tinggal mengutip *fee*, baik dari *initial*, *royalti*, *management*, ataupun *technical*. Inilah bisnsi yang memanfaatkan kekuatan jaringan.

Sedangkan *network marketing* bukanlah jaringan bisnis terwaralaba, melainkan jaringan pribadi terwaralaba. Keunggulan sistem pemasaran jaringan ini adalah kekuatan hukum Metcalf. Kunci menuju kesuksesan finansial adalah dengan menemukan dan membangun jaringan.

Orang-orang yang berada dalam bisnis jaringan adalah bekerja dalam tim. Dalam bisnis jaringan memiliki potensi penghasilan tidak terbatas (*bebas finansial*) karena didasarkan pada waktu orang lain dan uang orang lain yang bekerja untuk mereka.

Jaringan, beberapa bisnis paling sukses yang kita ketahui kebanyakan disebabkan karena jaringan pelanggan, wiraniaga, pemasok dan sebagainya. Ide atau produk akan sukses kalau kita mempunyai jaringan untuk memberi tahu orang tentangnya dan jaringan distribusi untuk menjualnya. Kunci menuju kesuksesan finansial adalah dengan menemukan dan membangun jaringan. Hal ini dinyatakan dalam sabda Nabi SAW,

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى عليه وسلم: من أحب أن يبسط له في رزقه وأن ينسأ في أثره فليصل رحمه
(اخرجه البخارى)

"Barang siapa yang mempunyai keinginan untuk diluaskan rizkinya yang diakhirkan ajalnya, maka hendaklah ia menyambung silaturahmi" (HR Imam Bukhari dari Abu Hurairah).

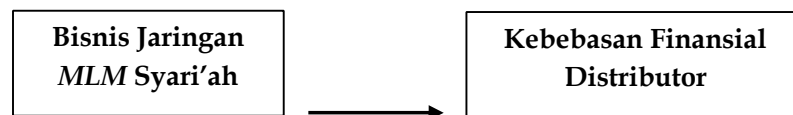
E. KERANGKA KONSEPTUAL

Dari teori-teori yang telah diuraikan, maka dapat dibuat sebuah kerangka pemikiran sehubungan dengan permasalahan yang ada kedalam suatu bentuk model konsepsi sebagai berikut :

Gambar 2.3

Model Konsepsi

Pengaruh Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor (Perspektif *The Qashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki).



D. HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah serta landasan teori yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H0 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah Ahad-Net yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4) tidak ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor ditinjau dari Perspektif

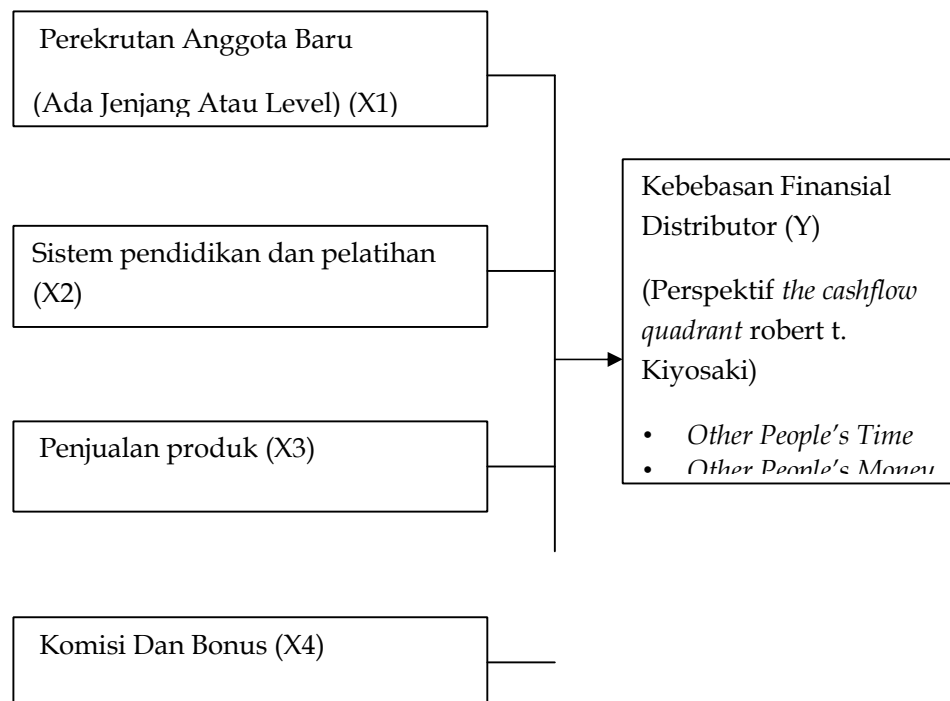
The Cashflow Quadrant Robert T. Kiyosaki(Y).

H1 : Diduga bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah Ahad-Net yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4) ada pengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor ditinjau dari Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki(Y).

Gambar 2.4

Model Hipotesis

Pengaruh Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor (Perspektif *The Qashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki).



Sumber : Data diolah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Malang Raya, dan lokasi utama yang diambil adalah di **Mitrasalur Ahad-Net Malang Jl. Raya Tlogo Mas No 28 Landung Sari, Malang**. Karena tempat tersebut merupakan salah satu pusat kegiatan bisnis MLM Syari'ah Ahad-Net di daerah Malang Raya dan sekitarnya.

B. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Pada umumnya yang merupakan unit analisis dalam penelitian survey adalah individu (Singrimbun 1989). Oleh karena itu unit analisis dalam penelitian ini adalah distributor aktif pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syari' ah Ahad-Net Malang, Jawa Timur.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu ingin menguji hubungan antara bisnis jaringan MLM Syari'ah terhadap kebebasan finansial perspektif Robert T. Kiyosaki, maka penelitian ini dikategorikan penelitian penjelasan atau *explanatory reseach*, dimana penelitian ini menurut Singarimbun dan Efendi (1995:5) adalah menjelaskan hubungan melalui pengujian hipotesis.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 1994). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh distributor aktif MLM Syari'ah Ahad-Net Malang.

Sampel adalah bagian populasi atau bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi, apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diperlakukan sebagai populasi, oleh karena itu sampel harus representatif (Sugiyono, 1994). Agar ukuran sampel yang diteliti dapat representatif maka dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* dalam Umar (1999) sebagai beriku:

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

Dimana : n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentasi (%) kelonggaran ketidaktelitian (presisi)

karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir sebesar 10% atau 0,1

Dengan pertimbangan persentasi 10% atau 0,1 maka diperlukan sampel minimum sebesar 52 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{107}{1 + 107 (01)^2} = \frac{107}{2,07} = 51,69$$

Jadi sampel pada penelitian ini adalah 51,69 yang dibulatkan menjadi 52 orang dan sudah dianggap representatif dari keseluruhan responden.

Teknik sampling yang digunakan adalah *proportional random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dengan jumlah yang proporsional.

D. Data dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari obyeknya, melalui wawancara dan penyebaran kuesioner/ angket kepada responden yang digunakan sebagai sampel penelitian.

- b. Data sekunder, merupakan data yang digunakan untuk menunjang dan melengkapi data primer, yang berasal dari catatan-catatan, dokumentasi atau arsip dari lokasi penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

- a. Kuesioner, yakni sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendasar dari subyek atau responden yang diteliti. Untuk mendapat data tersebut digunakan kuesioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa hingga responden dibatasi dalam memberi jawaban kepada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja (Nazir, 1988).
- b. Interview atau wawancara, merupakan suatu cara yang dilakukan dengan jalan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan tujuan penelitian.
- c. Dokumentasi, merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh informasi melalui dokumen-dokumen, publikasi dan literatur atau jurnal-jurnal yang relevan dengan tujuan penelitian.

F. Pengukuran

Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini menggunakan jenis pertanyaan tertutup, yaitu sudah disediakan alternatif jawaban dan

diberikan skor. Untuk itu yang dipakai dalam penelitian ini adalah *sistem ordinal*, yaitu skor yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan responden dari tingkatan paling rendah ke tingkatan paling tinggi atau sebaliknya menurut suatu atribut tertentu (Singrimbun dan Efendi 1989:102). Dan sistem score ordinal penelitian ini menggunakan *skala likert* atau disebut juga dengan *method of summated rating*. Karena nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dijumlahkan sehingga mendapat nilai total. Adapun bobot nilai setiap jawaban adalah sebagai berikut :

	Jawaban	Nilai
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Ragu	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

Setelah data diperoleh melalui prosedur, selanjutnya data dianalisis dengan bantuan komputer menggunakan program *SPSS For Windows*.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan esensi kebenaran penelitian. Dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Menurut Arikunto (1998:160) untuk menguji validitas tersebut dapat digunakan rumus *Pearson Product Moment* :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left\{ \sum x^2 - (\sum x)^2 \right\} \left\{ \sum y^2 - (\sum y)^2 \right\}}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
- x = variabel independen (variabel bebas)
- y = variabel dependen (variabel terikat)
- n = jumlah sampel

Tarif signifikan yang untuk mengukur tingkat validitas adalah sebesar 5%, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritik pada tabel. Atau jika diperoleh korelasi positif dengan besar korelasi lebih dari 0.3 maka hasil uji tersebut merupakan konstruk yang kuat (Sugiyono, 1994)

2. Uji Reliabelitas

Reliabelitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Singarimbun, 1983).

Untuk menguji reliabelitas menurut Arikunto (1998:172) dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$r = \left\{ \frac{K}{(k-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_1^2} \right\}$$

dimana:

r = reliabilitas instrumen

K = banyaknya pertanyaan/itrm

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians item

S_1^2 = Jumlah varians total

Dimana suatu intrumen dikatakan reliabel bila nilai probabilitas r_{hitung} yang didapat lebih besar dari taraf signifikasi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan memiliki koefisien korelasi diatas 0,6 atau lebih (Arikunto, 1993).

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua variabel atau lebih. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh bisnis jaringan MLM Syariah terhadap kebebasan finansial. Analisis ini juga bisa digunakan untuk mengetahui varibel mana dari bisnis jaringan MLM Syariah yang paling dominan pengaruhnya terhadap

kebebasan finansial. Dan model persamaan regresi berganda menurut Sugiyono (2001:211) adalah:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat yaitu Kebebasan Finansial perspektif Kiyosaki

a = Bilangan konstanta sebagai titik potong

e = Standart error

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

X = Variabel Bebas, yang meliputi

X_1 = Perekrutan anggota baru (jenjang atau level)

X_2 = Sistem pendidikan dan pelatihan

X_3 = Penjualan produk

X_4 = komisi dan bonus

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (secara parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, menurut Supranto (1993:58) rumus yang digunakan adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : r = Korelasi product moment

n = Jumlah responden

Langkah-langkah dalam uji t adalah :

a. perumusan hipotesi dengan 2 arah

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

$H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

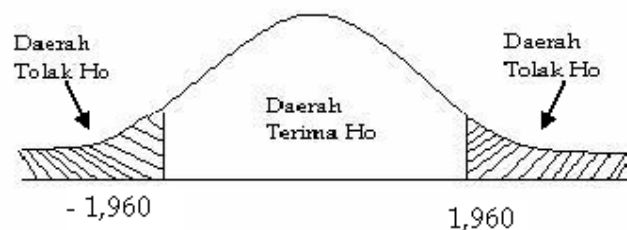
b. Nilai kritis uji t dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

$$dk = n - 2 = 52 - 2 = 50$$

$$\text{Uji dua pihak} = \alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} = (t_{0,025;50}) = 1,960$$

c. Daerah kritis H_0 melalui kurva normal



d. Kriteria penerimaan dan penolakan

Ho diterima jika $-1,960 \leq t_{\text{hitung}} \leq 1,960$

Ho ditolak jika $t_{\text{hitung}} < -1,960$ atau $t_{\text{hitung}} > 1,960$

b. Uji F (secara simultan)

Uji F adalah uji statistik untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen dan variabel dependen.

Rumus Uji F menurut Sugiyono (2001:204) adalah:

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

Dimana : F = Harga F

R = Koefisien korelasi berganda

K = Banyaknya variabel independen

n = Ukuran sampel

Langkah-langkah dalam uji F tersebut adalah :

a. Perumusan hipotesisnya adalah :

Ho = Tidak ada pengaruh antara variabel bebas yaitu bisnis jaringan MLM Syari'ah (X) dengan variabel terikat yaitu Kebebasan Finansial (Y)

H_a = Ada pengaruh antara variabel bebas yaitu bisnis jaringan MLM Syariah (X) dengan variabel terikat yaitu Kebebasan Finansial (Y)

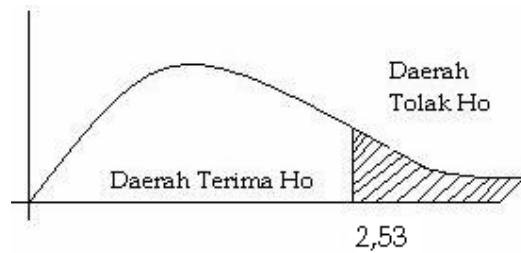
b. Nilai kritis distribusi F dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

dk pembilang = k (jumlah variabel independen) = 4

dk penyebut = $n - k - 1 = 52 - 4 - 1 = 47$

$F_{(jml\ var.\ bebas; jml\ var; \alpha)} = F_{(4;47;0,05)} = 2,53$

c. Daerah krisis H_0 melalui kurva distribusi F



d. Kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 diterima jika $F_{hitung} < 2,53$ (nilai kritis)

H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq 2,53$ (nilai kritis)

I. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan kajian teori dan permasalahan, maka terdapat dua konsep yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

- Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing Syari'ah* (MLM) Syari'ah (X)
- Kebebasan Finansial (Y)

Adapun variabel-variabel yang diteliti berdasarkan kedua konsep tersebut adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (independen)

Adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel yang lain dalam hal ini adalah bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM), meliputi :

a. X_1 : perekrutan anggota baru (jenjang atau level)

Yaitu, menduplikasi seseorang (sponsor kita) menjadi bagian atau anggota jaringan (*network members*).

Jenjang atau level yaitu adanya sistem penjenjangan atau tingkatan untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. yaitu distributor mampu merekrut beberapa *down line*, dan mampu membina *down line*-nya.

b. X_2 : Penjualan produk

Yaitu penjualan barang (produk) dan atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha.

c. X_3 : Sistem pendidikan dan pelatihan

Dengan indikator adanya rancangan dan Sistem pendidikan dan pelatihan yang bagus.

d. X_4 : komisi dan bonus

Yaitu, penghargaan atas prestasi para distributor terkait dengan prestasi dari distributor.

2. Variabel terikat (dependen)

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

Kebebasan Finansial

Kebebasan Finansial dalam penelitian ini adalah berdasarkan perspektif *the Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki. Kebebasan finansial menurut Robert T. Kiyosaki adalah orang-orang yang berada sisi kanan *Cashflow Quadrant*. Yaitu mereka membentuk jaringan untuk mencapai kesuksesan. Sebagai indikator potensi penghasilan mereka tidak terbatas yang didasarkan pada waktu orang lain dan uang orang lain yang bekerja untuk mereka.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Ahad-Net Internasional

Ahad-Net adalah sebuah lembaga usaha umat yang bergerak dalam bidang distribusi produk kebutuhan sehari-hari dengan sistem pemasaran berjenjang yang dalam operasionalnya menjalankan prinsip-prinsip secara syariah dan diawasi oleh Dewan Syariah yang kemudian dikenal dengan istilah *Multilevel Marketing Syariah*.

Konsep awal PT AHAD-NET INTERNASIONAL yang kemudian masyarakat mengenalnya dengan nama AHAD-NET sudah dirancang mulai tahun 1995 oleh lima orang, yaitu: Ateng Kusnadi, SE, MSi., Ir. Setyotomo, SE., Drs. M. Hidayat, MBA, MBL., Abdul Halim Said dan Danny Ramdhani.

Perusahaan ini didirikan tepat pada tanggal 1 Januari 1996/10 Sya'ban 1416 H pada pukul 01.00 dini hari di Masjid Al Ittihad, Tebet, Jakarta Selatan. Dan secara seremonial Ahad-Net diresmikan pada tanggal 17 Agustus 1996 oleh Menko Kesra Republik Indonesia pada saat itu yang dijabat oleh Bapak Letjen (Purn). Ir. H. Azwar Anas dan Sekretaris Umum Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang saat itu dijabat Bapak Adi Sasono di Jakarta.

2. Falsafah - Visi - Misi

Falsafah

Sebagai lembaga yang bergerak dalam bisnis syariah, Ahad-Net memiliki singkatan yang sekaligus menjadi falsafah gerak bisnis, yaitu:

A : Al Quran

H : Hadits (Sunnah Rasulullah SAW)

A : Akhirat

D : Dunia

Net: Network (Jaringan)

Dengan berpegang teguh kepada Al Quran dan Hadits, gapai kebahagiaan Akhirat tanpa melupakan kesejahteraan Dunia dengan cara *Islamic Business Networ* menegakkan kemuliaan Islam dan kaum Muslim Internasional.

Visi

Menjadikan PT Ahad-Net Internasional sebagai lembaga usaha umat yang membanggakan dan mempunyai jaringan di seluruh dunia.

Misi

- 1) Meningkatkan kemandirian dan kemuliaan umat melalui usaha-usaha yang sesuai dengan Syariah Islam.
- 2) Mempersatukan umat melalui usaha muamalah (dakwah bil hal).
- 3) Memberdayakan dan mengembangkan potensi serta kepedulian umat melalui sektor produksi, distribusi dan konsumsi produk-produk yang halal dan thayyib.
- 4) Mendorong dan membina umat untuk memahami dan mengamalkan Al Quran dan As Sunnah Rasulullah SAW dalam paradigma Islam (secara kaffah)

- 5) Memberikan kemaslahatan kepada masyarakat seluas-seluasnya dalam mewujudkan nilai-nilai Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*.

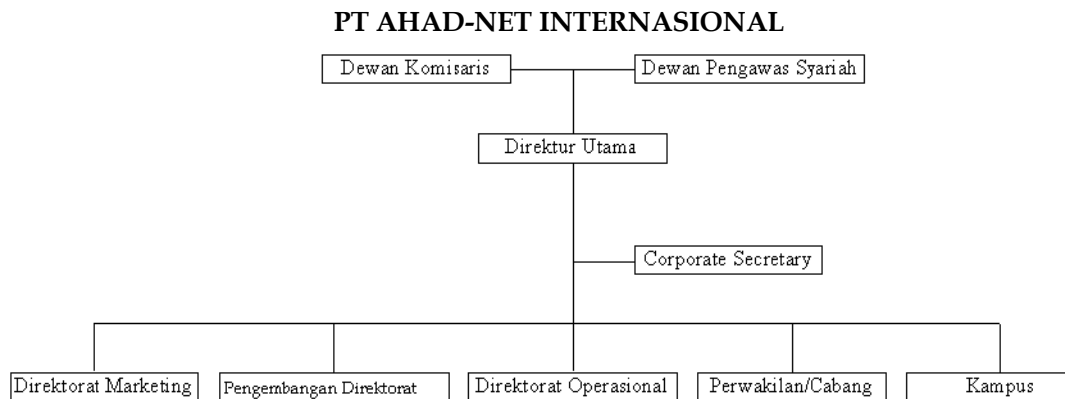
3. Manajemen dan Operasional

Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan alat yang penting dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi tersebut merupakan gambaran secara sistematis tentang bagian-bagian tugas, tanggung jawab dan hubungan bagian yang terdapat dalam suatu badan atau lembaga dalam mencapai tujuan. Adapun struktur organisasi dalam perusahaan ini adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Sumber : Data Primer (PT. Ahad Net Internasional, 2007)

Gambar 4.2

Pengurus Perseroan
PT AHAD NET INTERNASIONAL
Tahun 2006-2011

Dewan Pengawas Syariah : DR. KH. Ma'ruf Amin Drs. H. M. Hidayat, MBA, MH	Penasehat Perseroan : Prof. KH Ali Yafie Letjen. (Purn) Ir. H. Azwar Anas Adi Sasono
Dewan Komisaris :	
H. Ateng Kusnadi, SE, M.Si	Komisaris Utama
Drs. H. Danny Ramdhani, MA	Komisaris
H. Karnaen Anwar Perwataatmadja, SE, MPA	Komisaris
Dewan Direksi :	Advisor Direksi :
Direktur Utama Ir. H. Setyotomo, SE	H. Abdul Halim Said H. Sugianto Pangat
Direktur Hj. R. Nurhayati Widayatno, S.Kom H. Dikdik Hikmat P., SE	H. Andi Alif Kaharudin, SE Hj. Ratih Sanggarwati
Corporate Secretary: Utet Ruhiat	

Sumber : Data Primer (PT. Ahad Net Internasional, 2007)

PT AHAD-NET INTERNASIONAL

Kantor Pusat Pemasaran

Kompleks Ruko Atrium, Blok H-18 s.d. H-21,

Segitiga senen, Jakarta Pusat 10410.

Telp. (021) 3521388, (021) 3852450 Fax. (021) 3519408

Kantor Perwakilan

Ruko AHAD-NET, Jl. Letda Sujono No. 386 A-B Kel. Tembung,

Kec. Medan Tembung, Medan – Sumatera Utara

Telp. (061) 7383517-19 Fax. (061) 7383520

Website : www.ahadnet.com

E-Mail : marketing@ahadnet.com

Customer Care : (021) 3500206

4. Keunggulan dan Manfaat

Keunggulan

- Seluruh produknya halal dan thayyib
- Produk-produknya merupakan kebutuhan sehari-hari
- Harga terjangkau
- Produknya beraneka ragam (+ 500 macam)

- Sistem insentif lebih adil dan menguntungkan (100% didistribusi kepada Mitraniaga)
- Teruji dan berpengalaman sejak 1996
- Memiliki Sertifikat Bisnis Syariah dari MUI
- Memiliki izin Usaha dari Pemerintah (DEPERINDAG)
- Jaringan Mitraniaga dan Mitrasalur tersebar luas di seluruh Indonesia
- Dikelola dari umat, oleh umat dan untuk umat
- Didukung KAMPUS AHAD sebagai *support system*

Manfaat Keanggotaan

Setiap masyarakat muslim yang bergabung menjadi anggota (Mitraniaga) AHAD-NET akan mendapatkan 2 manfaat sekaligus.

1. Manfaat Finansial yang disingkat RAHMAT, yaitu:
 - **Rabat** (potongan harga langsung)
 - **Asuransi Jiwa dan Kesehatan** (standar, plus dan perawatan)
 - **Hadiah** (bulanan, 3 bulanan dan tahunan)
 - **Manfaat Khusus** (HP, Sepeda Motor, Mobil, Umroh, Haji dan Rumah)
 - **Andil** (Saham kepemilikan)
 - **Tabungan Pensiun**
2. Manfaat Non-Finansial yang disingkat KAWAN, yaitu:
 - **Kegotongroyongan**
 - **Asisten Usaha** (Mitrautama dan *Support System*)

- Waktu Luang
- Akhlakul Karimah
- Nilai Ibadah dan Persaudaraan

Manfaat Lainnya

Eksistensi AHAD-Net telah ikut andil memberikan kontribusi dalam di sektor produksi dan distribusi.

Sektor produksi, diantaranya :

- Melahirkan wirausaha baru
- Meningkatkan kualitas dan omset wirausaha lama
- Lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat
- Mendorong peningkatan *akhlaq* dan kesejahteraan

Sedangkan di sektor distribusi, diantaranya :

- Melahirkan wirausaha mandiri
- Meningkatkan *akhlaq* dan kesejahteraan masyarakat
- Membuka paradigma, kesadaran dan sikap mental positif
- Lapangan kerja baru bagi masyarakat
- Ketentraman mengkonsumsi produk *halal* dan *thayyib*
- Meningkatkan *ukhawah islamiyah* dan implementasi *ad-dienul* Islam

B. Hasil Analisis dan Interpretasi Data

1. Deskripsi Responden

Karakteristik responden dipergunakan untuk mendapatkan gambaran jelas mengenai karakter-karakter dari responden yaitu Distributor MLM Syari'ah AHAD-Net Malang yang berstatus Distributor Aktif. Setelah mengadakan penelitian dan penyebaran kuisisioner terhadap 52 responden dapat digambarkan karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan jenis kelamin yang disajikan dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Prosentase (%)
01	Laki-laki	31	59,6 %
02	Perempuan	21	40,4 %
	Jumlah	52	100 %

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa anggota Ahad-Net di Malang antara laki-laki dan perempuan yang menjadi sampel jumlahnya tidak jauh berbeda, hanya selisih 19,2% saja. Yaitu ditunjukkan dengan 59,6% jumlah responden laki-laki atau 31 orang, sedangkan responden perempuan hanya sebesar 40,4% yaitu sebanyak 21 orang.

b. Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan usia yang disajikan dalam tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Prosentase (%)
01	< 20 Tahun	0	0 %
02	21 - 30 Tahun	10	25,8 %
03	31 - 40 Tahun	29	55,8 %
04	41 - 50 Tahun	11	21,2 %
05	> 50 Tahun	2	3,8 %
	Jumlah	52	100 %

Pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar anggota Ahad-Net Malang berusia antara 31 - 40 tahun yaitu sebesar 55,8% responden, disusul kemudian responden yang berusia antara 21 - 30 tahun dan 41 - 50 tahun, masing-masing sebesar 25,8% dan 21,2 % serta hanya 3,8% atau 2 orang responden saja yang berusia 50 tahun ke atas. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa anggota Ahad-Net di Malang di dominasi anggota yang berusia antara 31-40 tahun. Ini bisa jadi karena usia 31-40 tahun merupakan usia yang matang dan produktif dalam beraktivitas.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini merupakan distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan pendidikan terakhir yang disajikan dalam tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Prosentase (%)
01	SD / Sederajat	5	9,6 %
02	SMP / Sederajat	0	0 %
03	SMU / Sederajat	14	26,9 %
04	S1	30	57,7 %
05	S2 Ke Atas	3	5,8 %
	Jumlah	52	100 %

Diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir anggota Ahad-Net Malang adalah sarjana /S1, ini di tunjukkan pada tabel 4.3 di atas. Yaitu S1 sebesar 57,7 %, kemudian SMU/sederajat sebesar 26,9 %, selanjutnya SD/sederajat sebesar 9,6 % dan sisanya S2 ke atas sebanyak 5,8%. Dari sini dapat disimpulkan bahwa anggota Ahad-Net di Malang mayoritas adalah S1, ini berarti ini berarti Ahad-Net bisa dikatakan membidik anggotanya dari kalangan pelajar, itu dikarenakan Malang merupakan kota pendidikan.

d. Berdasarkan Pekerjaan Selain Menjadi Distributor Ahad-Net.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan selain menjadi distributor/anggota Ahad-Net

NO	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Prosentase (%)
01	Pegawai Negeri/TNI/Polri	6	11,5 %
02	Pegawai Swasta	5	9,6 %
03	Wira Swasta/Usahawan	34	65,4 %
04	Pelajar/Mahasiswa	2	3,8 %
05	Lain-lain	5	9,6 %
	Jumlah	52	100%

Pembagian responden berdasarkan pekerjaan ini dimaksudkan untuk mengetahui anggota yang berprofesi lain disamping menjadi anggota Ahad-Net Malang. Dari tabel 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa anggota terbanyak Ahad-Net adalah wira swasta/usahawan yaitu sebanyak 65,4%, kemudian diikuti anggota yang menjadi pegawai swasta 9,6%, pegawai negeri 11,5% dan pekerjaan lainnya sebesar 9,6% dan sisanya masih menjadi mahasiswa/pelajar sebanyak 3,8%. Dari hasil penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa anggota Ahad-Net di Malang yang terbanyak adalah dari kalangan wira swasta/usahawan. Hal dikarenakan wira swasta mempunyai waktu yang fleksibel dan bisa jadi mereka menjadi wira swasta karena termotivasi dari sistem pada Ahad-Net.

e. Berdasarkan Peringkat atau jenjang karir di Ahad-Net

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Peringkat atau jenjang karir di Ahad-Net

NO	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Prosentase (%)
01	Adi Bina Kencana ke bawah	34	65,4 %
02	Prawira Pratama	18	34,6 %
03	Prawira Muda	0	0 %
04	Prawira Madya	0	0 %
05	Prawira Utama ke Atas	0	0 %
	Jumlah	20 %	100 %

Pada tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa peringkat atau jenjang karir anggota Ahad-Net di Malang tertinggi masih ada di posisi Prawira Pratama yaitu sebesar 34,6 % dan kebanyakan anggota Ahad-Net di Malang masih berada pada posisi Adi Bina Kencana dan di bawahnya yaitu sebanyak 65,4%.

2. Uji Data

a. Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid, jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti

secara tepat, tinggi rendah validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas *pearson* berdasarkan rumus *product moment* pada tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$). Dengan tingkat signifikansi yang digunakan 0,01 dan 0,05 apabila hasil korelasi item dengan pola itemnya menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil ($<$) alpha (0,05) maka intrumen tersebut valid.

Adapun uji validitas instrumen dapa di sajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel X (Independent)

No	Item	Korelasi	Signifikasi	Keterangan
1	X1.1	0,839	0,000	Valid
2	X1.2	0,750	0,000	Valid
3	X1.3	0,951	0,000	Valid
4	X2.1	0,816	0,000	Valid
5	X2.2	0,941	0,000	Valid
6	X2.3	0,803	0,000	Valid
7	X3.1	0,794	0,000	Valid
8	X3.2	0,242	0,000	Valid
9	X3.3	0,751	0,000	Valid
10	X4.1	0,918	0,000	Valid

11	X4.2	0,821	0,000	Valid
----	------	-------	-------	-------

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa item X1 sampai dengan X4 pada tabel skor adalah valid, karena nilai probabilitas hasil korelasi antar item dengan total item pada variabel menunjukkan korelasi yang positif serta signifikansi pada tingkat signifikansi adalah 0,000 yaitu lebih kecil dari α (nilai probabilitas $< \alpha$; $0,000 < 0,01$).

Tabel 4.7
Uji Validitas Y (Dependent)

No	Item	Korelasi	Signifikasi	Keterangan
1	Y1	0,891	0,000	Valid
2	Y2	0,889	0,000	Valid
3	Y3	0,842	0,000	Valid
4	Y4	,(a)	0,000	Valid

a Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Dari tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa item Y1 sampai dengan Y4 pada tabel skor adalah valid, karena nilai probabilitas hasil korelasi antar item dengan total item pada variabel menunjukkan korelasi yang positif serta signifikansi pada tingkat signifikansi adalah 0,000 yaitu lebih kecil dari α (nilai probabilitas $< \alpha$; $0,000 < 0,01$).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan jumlah item pertanyaan dengan metode *alpa crombach* dan instrumen variabel disebut reliabel apabila r alpha positif dan lebih besar dari r tabel atau suatu reliabilititas dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha $\geq 0,6$.

Adapun hasil uji reliabilitas dari data yang peneliti gunakan adalah :

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

No	Item	Alpha	Keterangan
1	X1	0,905	Reliabel
2	X2	0,815	Reliabel
3	X3	0,168	Reliabel
4	X4	0,691	Reliabel
5	Y	0,815	Reliabel

Dari tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah representatif, dalam arti pengukuran datanya sudah dapat dipercaya, karena hasil perhitungan semua variabel X1, X2, X4 dan Y adalah diatas standart nilai *crombach alpha* (0,6). Dan untuk X3, meskipun memiliki nilai lebih kecil dari *crombach*

alpha, namun item tersebut adalah reliabel, karena memiliki nilai *alpha* yang positif.

3. Deskripsi Variabel

Sebelum dilakukan analisis tentang bisnis jaringan bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah yang meliputi 4 (empat) aspek, yakni perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4), berpengaruh terhadap kebebasan finansial Distributor (Y). Berikut ini disajikan terlebih dahulu data-data tentang kondisi masing-masing variable berdasarkan hasil kuesioner.

Tabel 4.9

Rekapitulasi Skor

Variabel perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1)

Alternatif Jawaban	Skor	Item X1.1		Item X1.2		Item X1.3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
Sangat Setuju	5	40	76,9	46	88,5	43	82,7
Setuju	4	12	23,1	6	11,5	9	17,3
Ragu	3	-	-	-	-	-	-
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-
Sangat Tidak	1	-	-	-	-	-	-

Setuju							
Jumlah		52	100	52	100	52	100

Dari tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden tentang perekrutan anggota baru (jenjang atau level) menunjukkan tanggapan yang positif, hal ini dapat dilihat dari semua jawaban responden yang setuju bahkan mayoritas menjawab sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan kalau distributor merasa bahwa perekrutan anggota baru benar-benar membantu menambah jaringan dan meningkatkan jenjang/level dalam Ahad-Net serta mampu merubah finansial yang diperolehnya kearah yang lebih baik.

Tabel 4.10
Rekapitulasi Skor
Variabel Sistem Pendidikan Dan Pelatihan (X2)

Alternatif Jawaban	Skor	Item X2.1		Item X2.2		Item X2.3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
Sangat Setuju	5	43	83,7	44	84,6	47	90,4
Setuju	4	9	17,3	8	15,4	5	9,6
Ragu	3	-	-	-	-	-	-
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-
Jumlah		52	100	52	100	52	100

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pada item X2.1 (pernyataan: Sistem pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net telah merubah bisnis, finansial dan hidup Anda lebih baik), mayoritas yaitu 82,7% responden memilih alternative jawaban sangat setuju dan sisanya 9% hanya menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan distributor merasa bahwa system pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net telah merubah bisnis dan finansialnya menjadi lebih baik atau meningkat.

Sedangkan untuk item X2.2 (pernyataan: Sistem pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net berguna untuk pemantapan/perbaikan pekerjaan dan finansial Anda) mayoritas responden yaitu sebesar 44

orang (84,6%) memilih alternative jawaban sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa distributor mengalami perbaikan atau kemajuan dalam hal pekerjaan dan finansial dengan adanya Sistem pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net.

Pada item X2.3 (pernyataan: Dalam sistem pendidikan dan pelatihan Ahad-Net sangat ditekankan pula akan pentingnya jaringan (silaturahmi)). Semua responden setuju (9,6%) dan sangat setuju (90,4%) kalau dalam Ahad-Net itu jaringan dan silaturahmi itu sangat penting dan sangat ditekankan.

Tabel 4.11
Rekapitulasi Skor
Variabel Penjualan Produk (X3)

Alternatif Jawaban	Skor	Item X3.1		Item X3.2		Item X3.3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
Sangat Setuju	5	44	84,6	50	96,2	46	88,5
Setuju	4	8	15,4	2	3,8	6	11,5
Ragu	3	-	-	-	-	-	-
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-
Jumlah		52	100	52	100	52	100

Dari tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden tentang penjualan produk menunjukkan tanggapan yang tidak negatif. Dari semua responden setuju dan bahkan banyak yang sangat setuju kalau dalam pembelian/penjualan produk Ahad-Net itu tidak mungkin merugikan, baik dalam finansial maupun non-finansial. Bahkan distributor akan mendapatkan keuntungan dengan penjualan produk Ahad-Net, salah satunya karena harga untuk distributor lebih murah dibanding harga nondistributor.

Tabel 4.12
Rekapitulasi Skor
Variabel Komisi Dan Bonus (X4)

Alternatif Jawaban	Skor	Item X4.1		Item X4.2	
		Frek.	%	Frek.	%
Sangat Setuju	5	26	50	40	76,9
Setuju	4	13	25	6	11,5
Ragu	3	9	17,3	6	11,5
Tidak Setuju	2	4	7,7	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-
Jumlah		52	100	52	100

Dari tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa pada item X4.1 (pernyataan: Komisi dan bonus selalu Anda peroleh dari Ahad-Net setelah menjadi distributornya), separuh dari responden yaitu 50% responden memilih alternative jawaban sangat setuju dan 25% menjawab setuju. Sisanya, sebanyak 17,3% masih ragu-ragu dan 7,7%-nya tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan separuh dari distributor selalu mendapatkan komisi dan bonus setelah bergabung dengan Ahad-Net. Dan separuhnya lagi tidak setuju serta ragu, karena komisi dan bonus yang diterimanya belum dalam bentuk rupiah.

Pada item X4.2 (pernyataan: Komisi dan bonus yang diberikan Ahad-Net sangat membantu finansial Anda), mayoritas responden memilih alternative jawaban sangat setuju (76,9%) dan setuju sebesar (11,5%) serta hanya 11,5% juga saja menjawab ragu. Hal ini menunjukkan mayoritas distributor merasa bahwa komisi dan bonus yang didapat dari Ahad-Net sangat membantu finansialnya.

Tabel 4.13
Rekapitulasi Skor
Variabel Kebebasan Finansial (Y)

Alternatif	Skor	Item Y1	Item Y2	Item Y3	Item Y4
------------	------	---------	---------	---------	---------

Jawaban									
		Frek	%	Frek	%	Frek.	%	Frek.	%
Sangat Setuju	5	28	53,8	26	50	23	44,2	52	100
Setuju	4	17	32,7	20	38,5	14	26,9	-	-
Ragu	3	4	7,7	4	7,7	-	-	-	-
Tidak Setuju	2	2	3,8	2	3,8	8	15,7	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	7	13,5	-	-
Jumlah		51	98,1	-	-	-	-	-	-
Missing System		1	1,9	-	-	-	-	-	-
Jumlah		52	100	52	100	52	100	52	100

Dari table 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa pada item Y1 (pernyataan: Anda merasa bahwa setelah masuk Ahad-Net finansial Anda akan terus meningkat), mayoritas responden yaitu sebesar 53,8% memilih alternatif jawaban sangat setuju dan 32,7% menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan distributor merasa bahwa bisnis jaringan MLM Syariah Ahad-Net mampu meningkatkan finansial distributor. Tetapi ada yang masih ragu-ragu sebanyak 7,7% dan yang 3,8% tidak setuju bahwa bisnis jaringan MLM Syariah Ahad-Net mampu meningkatkan finansial distributor. Dan sekaligus terdapat 1 orang yang tidak menjawab pernyataan tersebut.

Sedangkan dari item Y2 (pernyataan: Setelah masuk Ahad-Net, Anda tidak khawatir terhadap finansial yang Anda dapat walaupun usaha ini

Anda tinggalkan dalam beberapa waktu), lebih dari separuh responden menanggapi dengan positif, yaitu 50% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju dan 38,5% menjawab setuju. Hal ini menunjukkan distributor Ahad-Net merasa bahwa setelah masuk dan aktif dalam bisnis jaringan Ahad-Net, mereka tidak khawatir lagi terhadap finansial yang didapatnya. Meski ada 7,7% yang masih ragu dan 5% lagi tidak setuju atas pernyataan tersebut diatas.

Dari item Y3, dapat diketahui bahwa pada pernyataan: Dalam Ahad-Net finansial dapat Anda peroleh tanpa harus bekerja keras karena orang lain dan atau uang yang bekerja untuk Anda. Mayoritas responden sangat setuju yaitu sebesar 44,2% dan 26,9% memilih alternatif jawaban setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor merasa finansial akan selalu didapatnya tanpa harus bekerja keras lagi, karena sistem bisnis jaringan Ahad-Net yang bekerja. Tetapi, masih ada yang tidak setuju yaitu sebesar 15,4% dan 13,5% lagi benar-benar sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut diatas.

Untuk item Y4, semua responden sepakat dan (100%) sangat setuju terhadap pernyataan: Selain keterampilan teknis pemasaran, penjualan, negoisasi, dalam Ahad-Net sangat ditekankan pada bekerja sama, kemampuan memimpin dan jaringan silaturahmi. Jaringan (silaturahmi) merupakan tujuan utama bisnis jaringan Ahad-Net ini.

4. Analisis Data

a. Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan adalah regresi bergandi dengan 4 (empat) variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X_1), Sistem pelatihan (X_2), Penjualan produk (X_3), serta komisi dan bonus (X_4). Sedangkan varibel terikatnya adalah kebebasan finansial (Y). Hasil regresi berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 12 for windows adalah pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig. t
(Constanta)	35,804	3,927	0,000
Perekrutan Anggota Baru (jenjang/ Level) (X1)	- 1,529	- 2,820	0,007
Sistem Pendidikan dan Pelatihan (X2)	0,161	0,269	0,789
Penjualan Produk (X3)	- 1,222	- 1,162	0,251
Komisi dan Bonus (X4)	2,169	6,508	0,000
R = 0,715			
R Square = 0,511			
F _{hitung} = 12,293			
F _{tabel} = 2,53			
t _{tabel} = 1,960			

Varibel terikat regresi ini adalah Y (kebebasan finansial) sedangkan variabel bebasnya adalah perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 35,804 + (-1,529)X_1 + (-0,161)X_2 + (-1,222)X_3 + 2,169X_4$$

Pada persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta sebesar 35,804 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah yang tercermin pada perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus (X_1, X_2, X_3 dan $X_4 = 0$) maka kebebasan finansial sebesar 35,804 kali. Ini berarti, kebebasan finansial distributor *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Ahad-Net akan tetap yaitu sebesar 35,804 kali sebelum atau tanpa adanya variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah yang tercermin pada perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus.
- b) Koefisien regresi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) sebesar -1,529 dengan asumsi X_2, X_3 , dan X_4 tetap atau *Ceteris Paribus*, maka estimasi Y akan menurun sebesar - 1,529 satuan kebebasan finansial jika X_1 bertambah 1 satuan unit. Ini berarti bahwa jika perekrutan anggota baru (jenjang atau level) di abaikan maka kebebasan finansial akan tetap stabil pada tingkat 39,536.
- c) Koefisien regresi Sistem pendidikan dan pelatihan sebesar 0,161 dengan asumsi X_1, X_3 , dan X_4 tetap atau *Ceteris Paribus*, menunjukkan bahwa setiap variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada indikator Sistem pendidikan dan pelatihan meningkat 1 kali, maka kebebasan finansial akan meningkat

sebesar 0,161 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kebebasan finansial dibutuhkan variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada indikator Sistem pendidikan dan pelatihan sebesar 0,161.

- d) Koefisien regresi Penjualan produk sebesar -1,222 dengan asumsi X1, X2, dan X4 tetap atau *Ceteris Paribus*, maka estimasi Y akan menurun sebesar -1,222 satuan kebebasan finansial jika X3 bertambah 1 satuan unit. Ini berarti bahwa jika Penjualan produk di abaikan maka kebebasan finansial akan tetap stabil pada tingkat 39,536.
- e) Koefisien regresi komisi dan bonus sebesar 2,169 dengan asumsi X1, X2, dan X3 tetap atau *Ceteris Paribus*, menunjukkan bahwa setiap variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada indikator komisi dan bonus meningkat 1 kali, maka kebebasan finansial akan meningkat sebesar 2,169 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kebebasan finansial dibutuhkan variabel bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada indikator komisi dan bonus sebesar 2,169.

b. Uji Hipotesis

Hipotesis

"Diduga ada pengaruh antara bisnis jaringan Multi Level Marketing (MLM) Syariah Ahad-Net yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta

komisi dan bonus (X4) terhadap kebebasan finansial Distributor ditinjau dari Perspektif The Cashflow Quadrant Robert T. Kiyosaki(Y)''

Untuk menguji hipotesis diatas maka digunakan perhitungan uji statistik, yaitu secara parsial (uji t) dan dengan cara simultan (uji F). Uji statistik secara individu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung menggunakan uji t. Sedangkan untuk uji statistik dengan memperhatikan pengaruh kehadiran seluruh variabel bebas (perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kebebasan finansial) dengan menggunakan uji F (uji simultan).

a) Uji t (secara parsial)

1) Uji t variabel X_1 terhadap variabel Y

Langkah-langkah :

- perumusan hipotesi dengan 2 arah

Ho : $b_1 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

Ho : $b_2 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

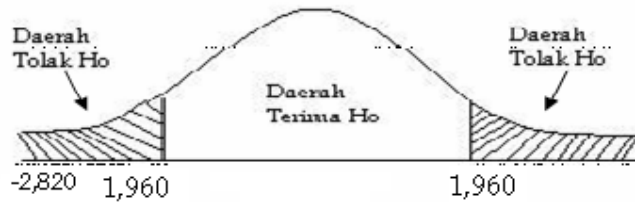
- Nilai kritis uji t dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

$$dk = n - 2 = 52 - 2 = 50$$

$$\text{Uji dua pihak} = \alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} = (t_{0,025;18}) = 1,960$$

- Nilai $t_{hitung} = -2,820$
- Daerah kritis H_0 melalui kurva normal



Kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 diterima jika $-1,960 \leq t_{hitung} \leq 1,960$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} < -1,960$ atau $t_{hitung} > 1,960$

Dari langkah-langkah tersebut didapat $t_{hitung} = -2,820 < -1,960$, sehingga keputusannya adalah menolak H_0 dan menerima H_a secara statistik. Dengan demikian perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X_1) berpengaruh terhadap variabel kebebasan finansial (Y).

2) Uji t variabel X_2 terhadap variabel Y

Langkah-langkah :

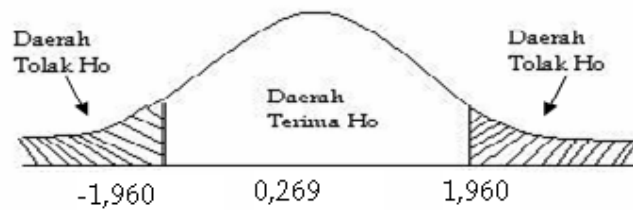
- perumusan hipotesis dengan 2 arah
 $H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)
- $H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)
- Nilai kritis uji t dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

$$dk = n - 2 = 52 - 2 = 50$$

$$\text{Uji dua pihak} = \alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} = (t_{0,025;18}) = 1,960$$

- Nilai $t_{\text{hitung}} = 0,269$
- Daerah krisis H_0 melalui kurva normal



- Kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 diterima jika $-1,960 \leq t_{\text{hitung}} \leq 1,960$

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} < -1,960$ atau $t_{\text{hitung}} > 1,960$

Dari langkah-langkah tersebut didapat $t_{\text{tabel}} -1,960 \leq t_{\text{hitung}} 0,269 \leq t_{\text{tabel}} 1,960$, sehingga keputusannya adalah menerima H_0 dan menolak H_a secara statistik. Dengan demikian Sistem pendidikan dan pelatihan (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kebebasan finansial (Y).

3) Uji t variabel X_3 terhadap variabel Y

Langkah-langkah :

- perumusan hipotesi dengan 2 arah

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

$H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

- Nilai kritis uji t dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

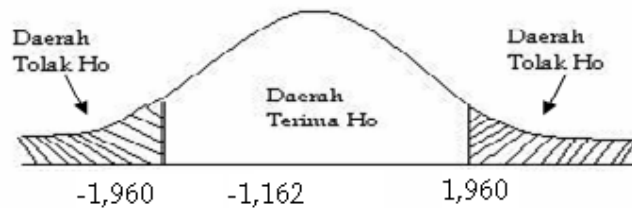
$$dk = n - 2 = 52 - 2 = 50$$

$$\text{Uji dua pihak} = \alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} = (t_{0,025,18}) = 1,960$$

- Nilai $t_{\text{hitung}} = -1,162$

- Daerah krisis H_0 melalui kurva normal



- Kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 diterima jika $-1,960 \leq t_{\text{hitung}} \leq 1,960$

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} < -1,960$ atau $t_{\text{hitung}} > 1,960$

Dari langkah-langkah tersebut didapat $t_{\text{tabel}} -1,960 \leq t_{\text{hitung}} -1,162$

$\leq t_{\text{tabel}} 1,960$ sehingga keputusannya adalah menerima H_0 dan

menolak H_a secara statistik. Dengan demikian variabel penjualan

produk (X3) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kebebasan finansial (Y).

4) Uji t variabel X_4 terhadap variabel Y

Langkah-langkah :

- perumusan hipotesi dengan 2 arah

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

$H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada hubungan) : $H_a \neq 0$ (ada hubungan)

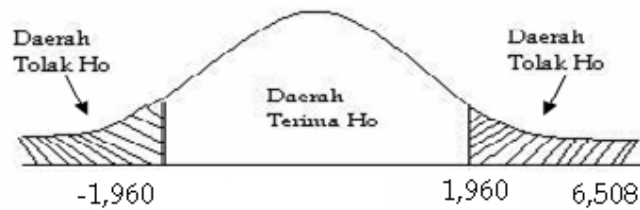
- Nilai kritis uji t dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

$$dk = n - 2 = 52 - 2 = 50$$

$$\text{Uji dua pihak} = \alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} = (t_{0,025;18}) = 1,960$$

- Nilai $t_{\text{hitung}} = 6,508$
- Daerah krisis H_0 melalui kurva normal



- Kriteria penerimaan dan penolakan

$$H_0 \text{ diterima jika } -1,960 \leq t_{\text{hitung}} \leq 1,960$$

Ho ditolak jika $t_{hitung} < -1,960$ atau $t_{hitung} > 1,960$

Dari langkah-langkah tersebut didapat $t_{hitung} = 6,508 > t_{tabel} 1,960$, sehingga keputusannya adalah menolak Ho dan menerima Ha secara statistik. Dengan demikian variabel komisi dan bonus (X4) mempunyai pengaruh terhadap variabel kebebasan finansial (Y).

b) Uji F (secara simultan)

Langkah-langkah

- Perumusan hipotesisnya adalah :

Ho = Tidak ada pengaruh antara variabel bebas yaitu bisnis jaringan MLM Syari'ah (X) dengan variabel terikat yaitu Kebebasan Finansial (Y)

Ha = Ada pengaruh antara variabel bebas yaitu bisnis jaringan MLM Syari'ah (X) dengan variabel terikat yaitu Kebebasan Finansial (Y)

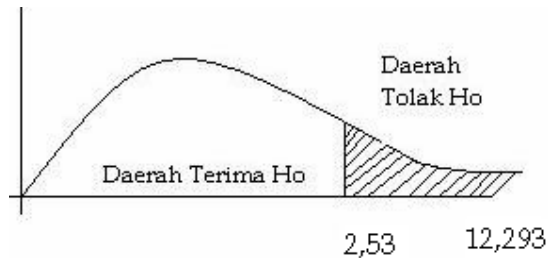
- Nilai kritis distribusi F dengan *level of signifikan* $\alpha = 5\%$

dk pembilang = k (jumlah variabel independen) = 4

dk penyebut = $n - k - 1 = 52 - 4 - 1 = 47$

$F_{(jml\ var.\ bebas; jml\ var; \alpha)} = F_{(4;15;0,05)} = 2,53$

- Nilai $F_{hitung} = 12,293$
- Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



- Kriteria penerimaan dan penolakan
 H_0 diterima jika $F_{hitung} < 2,53$ (nilai kritis)
 H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq 2,53$ (nilai kritis)

Sehingga keputusannya adalah menolak H_0 dan menerima H_a secara statistik, karena $12,293 \geq 2,53$. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X_1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X_2), Penjualan produk (X_3), serta komisi dan bonus (X_4), berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kebebasan finansial (Y).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

- 1) Pengaruh Perekrutan Anggota Baru (Jenjang Atau Level) terhadap Kebebasan Finansial

Variabel perekrutan anggota baru (jenjang/level) memiliki nilai t_{hitung} sebesar -2,820 menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh

terhadap kebebasan finansial distributor. Ini terbukti, karena setiap distributor yang mampu merekrut beberapa *down line*, secara otomatis peringkatnya akan naik. Jika dia mampu membina *down line*-nya 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 perekrutan anggota baru harus benar-benar di perhatikan karena memiliki pengaruh terhadap kebebasan finansial. Dari sini, maka sangat penting bagi siapa pun khususnya distributor Ahad-Net yang ingin sukses untuk dapat memahami dan menguasai keterampilan mencari dan membangun jaringan. Tidak sampai disini, proses *follow up* harus tetap di jaga, agar orang-orang yang telah menjadi bagian atau anggota jaringan (*network members*) terhindar dari anggota yang tidak aktif (*down line* tidur).

Untuk jenjang/level, setiap distributor harus mampu merekrut beberapa atau sebanyak-banyaknya *down line*, karena secara otomatis peringkatnya akan naik. Jika ia mampu membina *down line*-nya untuk melakukan hal serupa maka peringkatnya akan terus menanjak sesuai dengan bertambahnya jaringan.

Kunci menuju kesuksesan finansial adalah dengan menemukan dan membangun jaringan.

2) Pengaruh Sistem Pendidikan dan Pelatihan terhadap Kebebasan Finansial

Alasan utama mengapa Robert T. Kiyosaki merekomendasikan sebuah bisnis jaringan adalah karena sistem pendidikannya. Dengan nilai t hitung sebesar 0,269, variabel sistem pendidikan dan pelatihan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat kebebasan finansial. Tidak berpengaruhnya sistem pendidikan dan pelatihan terhadap kebebasan finansial terjadi mungkin karena variabel ini tidak bersentuhan langsung dengan keuangan atau finansial. Tetapi secara *implicit* sistem pendidikan dan pelatihan memiliki pengaruh yang besar terhadap kemajuan (usaha dan karakter) distributor.

Sistem pendidikan dan pelatihan merupakan bagian terpenting di dalam perusahaan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut benar-benar berminat untuk melatih atau 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 menutup kemungkinan akan dapat meningkatkan hidup anggota/distributor menjadi lebih baik.

Untuk itu, distributor harus terus belajar kepada orang-orang yang berada dipuncak atau orang-orang yang sukses dalam bisnis jaringan tersebut, begitu juga sebaliknya orang yang sukses dalam bisnis jaringan ini harus bisa membagi pengalaman tentang keberhasilannya.

Kita tahu, dalam pemasaran jaringan, orang-orang dipuncak yang mengajar harus sukses terlebih dahulu dalam dunia nyata, atau mereka tidak akan berada dipuncak.

3) 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 terlibat secara aktif sebagai penjual dan akan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.

Dalam rekapitulasi skor variabel, penjualan produk adalah variabel yang diyakini peserta adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar, dan setelah memasuki proses penghitungan variabel penjualan produk t hitung sebesar $-1,162$ yaitu berada diantara $t_{table} - 1,960$ dan $1,960$, 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.

4) Pengaruh Komisi dan Bonus terhadap Kebebasan Finansial

Dalam menjalankan sebuah aktivitas, biasanya seseorang didorong oleh motivasi. Begitu pula orang yang menjalankan bisnis MLM, pasti ada motivasi yang mendorongnya. Ada motivasinya karena produknya memang ia butuhkan, ada yang motivasinya karena pendidikan bisnisnya, ada yang motivasinya ideologis dan ada juga yang motivasinya karena MLM menawarkan peluang komisi dan bonus.

Dengan t hitung sebesar 6,508, menunjukkan bahwa komisi dan bonus merupakan variabel bisnis jaringan MLM Syariah yang dominan yang berpengaruh terhadap kebebasan finansial secara individu. Ini berarti komisi dan bonus yang diberikan Ahad-Net telah sesuai dengan apa yang diharapkan dan dapat mengarah ke bebas finansial.

Dari berbagai analisis dan pengujian yang dilakukan, keempat variabel independen yakni perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1), Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3), serta komisi dan bonus (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kebebasan finansial distributor jika di uji secara simultan (uji F). Akan tetapi jika di lakukan secara parsial (Uji t), maka perekrutan anggota baru (jenjang atau level) (X1) serta komisi dan bonus (X4) saja yang berpengaruh terhadap kebebasan finansial (Y). Sedangkan yang lain Sistem pendidikan dan pelatihan (X2), Penjualan produk (X3) tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial.

Besarnya nilai R^2 (R Square) adalah sebesar 51,1% memberikan makna bahwa proporsi keragaman dalam variabel kebebasan finansial (Y) yang dijelaskan oleh keempat variabel bebas di dalam model regresi adalah sebesar 51,1%. Artinya, variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan kebebasan finansial sebesar 51,1%, sedangkan sisanya 48,9% masih dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Dengan demikian, pernyataan Robert T. Kiyosaki: *“dengan berbisnis jaringan melalui MLM/Network Marketing berarti seseorang 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)”* (Robert T. Kiyosaki 2005:100-104). Berdasarkan penelitian ini, maka pernyataan Robert T. Kiyosaki tersebut diatas akan dapat terwujud dalam bisnis jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Ahad-Net ini jika semua variabel di jalankan dengan baik dan seimbang.

Jika keempat variabel bisnis jaringan MLM Syariah yang meliputi perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, 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 Ahad-Net kebebasan finansial (pasive income) bukan tujuan akhir, ada yang lebih penting dari sekedar bebas finansial yaitu *“passive amal”*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Ahad-Net Internasional (Ahad-Net) Malang mengenai Analisa Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Terhadap Kebebasan Finansial Distributor (Perspektif *The Qashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki) serta hasil analisis tentang uji hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji Validitas dan Reliabilitas dari item-item dalam setiap variabel menunjukkan bahwa nilai signifikan antar item berada diatas nilai yang distandarkan, dengan demikian item-item tersebut dapat menjadi alat ukur pada variabel yang akan diuji.
2. Dari hasil analisis regresi menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas Bisnis Jaringan MLM Syariah (perekrutan anggota baru (jenjang atau level), Sistem pendidikan dan pelatihan, Penjualan produk, serta komisi dan bonus) terhadap variabel terikat kebebasan finansial jika di uji secara simultan (uji F). Tetapi jika di uji secara parsial (uji t), hanya variabel perekrutan anggota baru (jenjang/level) dan komisi dan bonus yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kebebasan finansial.

a) Uji F. Merupakan hasil proses pengambilan keputusan apakah persamaan regresi yang diperoleh dapat signifikan untuk menjelaskan keragaman Y. Hasil proses menunjukkan bahwa nilai F adalah sebesar 12,293. Sehingga keputusannya bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a secara statistik, karena $12,293 \geq 2,53$ artinya persamaan regresi yang diperoleh adalah signifikan dalam menjelaskan keragaman Y.

Besarnya nilai R^2 (R Square) adalah sebesar 51,1% memberikan makna bahwa proporsi keragaman dalam variabel kebebasan finansial (Y) yang dijelaskan oleh keempat variabel bebas di dalam model regresi adalah sebesar 51,1%.

b) Uji t. Persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Y = 35,804 + (-1,529)X_1 + (-0,161)X_2 + (-1,222)X_3 + 2,169X_4$$

Secara parsial hanya variabel X_1 dan X_4 saja yang mempunyai pengaruh terhadap kebebasan finansial karena $X_1 = -2,860 \leq t$ dan $X_4 = 6,508 >$. Sedangkan variabel X_2 dan X_3 tidak berpengaruh terhadap kebebasan finansial, karena t_{hitung} X_2 dan X_3 berada diantara t_{tabel} -1,960 dan t_{tabel} 1,960. dari hasil output di dapat bahwa nilai probabilitas semua variabel kecuali X_2 adalah lebih kecil dari alpha. Kesimpulannya yang dapat diambil adalah peningkatan yang terjadi pada variabel akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kebebasan finansial (Y). Jika dari hasil uji t dijumpai lebih dari satu variabel signifikan, maka variabel yang

dominan pengaruhnya adalah variabel yang memiliki nilai Beta terbesar, dalam hal ini adalah komisi dan bonus. (1,086).

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini ialah: dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kebebasan finansial tidak bisa dicapai dalam Ahad-Net ketika hanya menggunakan satu variabel saja. Dan kebebasan finansial akan tercapai ketika semua variabel berjalan seimbang. Dari sini, kerja keras harus selalu ditekankan khususnya dalam hal silaturahmi (membangun jaringan), hijrah produk dan pendidikan dan pelatihan untuk bisa mencapai bebas secara finansial (passive income), apalagi bebas secara amal (passive amal).

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Alma, Buchari. 2001. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktek*. Jakarta : Rineka Cipta

Carmichal, Allen. 1991. *Network dan Multi Level Marketing*. Jakarta : PT. Pustaka Delapratasa

Kiyosaki, Robert T. 2005. *The Cashflow Quadrant: panduan ayah kaya menuju kebebasan finansial*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum

Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syari'ah: dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya*. Tangerang: QultumMedia

Rozi, Moch. Fachrur. 2005. *Kontroversi Bisnis MLM*, Yogyakarta : Penerbit Pilar Humania

Santoso, Benny. 2003. *All About MLM: memahami lebih jauh MLM dan pernak-peniknya*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS : Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Media Kumputindo

Setiawan Budi Utomo. *Multi Level Marketing: Bisnis MLM nyaris sama dengan makelar*, Majalah Modal No.12/1-Oktober 2003

Singarimbun, Masri. Efendi, Sofian. 1983. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES

Sopian. 2004. *Kontroversi Bisnis Aa Gym: Koreksi untuk pengagum Aa Gym dan Pecinta MLM*. Jakarta : Penerbit Pustaka Medina

Sugiyono. 2001. *metode Penelitian Bisnis*. Cet III. Bandung : Alfabeta

Supranto, J. 1993. *Ekonometrika*. Jakarta : Lembaga Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Umar, Husein. 1997. *Metode Penelitian dalam Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

INTERNET

Bisnis Dengan Sistem MLM, <http://www.dakwatuna.com/index.php/fiqh-islam/ekonomi-syariah2006>, di akses April 2007

Boy, Pradana ZTF Simulasi Spiritual dalam Kapitalisasi Agama <http://islamlib.com/id/index.php?page=article&id=522> di akses April 2007

<http://www.Ahadnet-online.cjb.net>, di akses Maret 2007

<http://www.amway.co.id/directsale.asp> diakses 8 Juni 2005

<http://www.mlmindonesia.com> diakses 4 Januari 2005

<http://www.mlmsyariah.com> diakses 4 Januari 2005

<http://www.mqbiz.com> diakses 4 Januari 2005

<http://www.syari'ahOnline.com>, diakses 4 Januari 2005

<http://www.wartaekonomi.com> diakses 4 Januari 2005

Kiyosaki, Robert T. ESBI, <http://www.online2cu.com/esbiquadrant.htm> yang direkam pada 9 Jan 2007

Kusnadil, Ateng. Mengeluarkan Potensi Umat, <http://www.Republika.co.id>, di akses April 2007

Mengejar Untung Dunia dan Akhirat, <http://www.Eksektif.com>, di akses Juni 2007

Multilevel Marketing: Kandidat, <http://www.wartaekonomi.com/detail.asp?aid=1320&cid=2> yang direkam pada 17 Mar 2007

Trilogi Kiyosaki: Cara Pintar Jadi Orang Kaya, <http://www.endonesia.com/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&artid=64> yang direkam pada 5 Apr 2007

BUKTI KONSULTASI

Nama : Nurudin

NIM/Jurusan : 01220051/Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing : Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

Judul Skripsi :

**Analisa Bisnis Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM)
Syari'ah terhadap Kebebasan Finansial Distributor pada
PT. Ahad Net Internasional (Ahad-Net) Malang**

(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

No	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Tanda Tangan
1	10 Pebruari 2006	Pengajuan Proposal	
2	17 Pebruari 2006	ACC proposal, Pengajuan Bab I, II	
3	20 Maret 2006	ACC Bab I, Revisi Bab II	
4	27 Juni 2006	Revisi Bab II	
5	7 Agustus 2006	ACC Bab II, Pengajuan Bab III, IV, V	
6	19 September 2006	Revisi Bab III, IV, V	
7	21 Juli 2007	Revisi Bab III, IV, V	
8	25 Agustus 3007	Revisi Bab III, IV, V	

9	5 September 2007	ACC Keseluruhan	
---	------------------	-----------------	--

Mengetahui :

D e k a n,

DRS. HA. MUHTADI RIDWAN, MA

NIP. 150231828

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER

Penelitian Skripsi Tentang :

ANALISA BISNIS JARINGAN

MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARIAH

TERHADAP KEBEBASAN FINANSIAL DISTRIBUTOR

PADA PT. AHAD NET INTERNASIONAL (AHAD-NET) MALANG

(Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki)

Sdr/Sdr (i) responden yang terhormat,

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dari Sdr/Sdr (i) tentang pengaruh bisnis jaringan *multi level marketing* (MLM) Syariah terhadap kebebasan finansial dalam Perspektif *The Cashflow Quadrant* Robert T. Kiyosaki.

Hasil penelitian ini hanya diperuntukkan bagi keperluan penulisan ilmiah yang merupakan tugas akhir mahasiswa Strata I (S-1) UIN Malang. Oleh karena itu jawaban Sdr/Sdr (i) tidak dipublikasikan serta tidak merugikan perusahaan/instansi Sdr/Sdr (i).

Setiap jawaban yang Sdr/Sdr (i) berikan merupakan bantuan yang tidak ternilai besarnya bagi penelitian kami. Untuk bantuan tersebut sebelum dan sesudahnya kami ucapkan terima kasih.

Peneliti,

NURUDIN

Nim: 01220051

Petunjuk : Berilah tanda () pada pilihan yang sesuai dengan penilaian saudara (i)

IDENTITAS RESPONDEN

- 1. Nama :
- 2. Alamat :
- 3. Telp/ Hp :
- 4. Jenis kelamin : Laki- laki Perempuan

- 5. Usia
 - < 20 Tahun
 - 21 - 30 Tahun
 - 31 - 40 Tahun
 - 41 - 50 Tahun
 - > 50 Tahun

- 6. Pendidikan Terakhir
 - SD / Sederajat
 - SMP / Sederajat
 - SMU / Sederajat
 - S1
 - S2 Ke Atas

- 7. Pekerjaan selain menajadi distributor/ anggota Ahad-Net
 - Pegawai negeri/TNI/Polri
 - Pegawai Swasta
 - Wiraswasta/Usahawan
 - Pelajar/mahasiswa
 - Lain-lain

- 8. Peringkat atau jenjang karir di Ahad-Net
 - Adhi Bina Kencana ke bawah
 - Prawira Pratama
 - Prawira Muda
 - Prawira Madya
 - Prawira Utama ke Atas

Petunjuk : Berilah tanda () pada pilihan yang sesuai dengan penilaian saudara (i)

Keterangan :

Jawaban		Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

VARIABEL INDPENDENT (X)

A. Perekrutan Anggota Baru (Jenjang Atau Level) (X1)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
01	Perekrutan anggota baru dalam Ahad-Net akan menambah jaringan, jenjang/level dan finansial Anda.					
02	Jenjang atau level dalam Ahad-Net berpengaruh terhadap perubahan finansial yang Anda peroleh.					
03	Jenjang atau level dalam Ahad-Net membantu memudahkan pekerjaan dan finansial anda					

B. Sistem Pendidikan Dan Pelatihan (X2)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
01	Sistem pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net telah merubah bisnis, finansial dan hidup Anda lebih baik					
02	Sistem pendidikan dan pelatihan dalam Ahad-Net berguna untuk pemantapan/perbaikan pekerjaan dan finansial Anda					
03	Dalam sistem pendidikan dan pelatihan Ahad-Net sangat ditekankan pula akan pentingnya jaringan (silaturahmi)					

C. Penjualan Produk (X3)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
01	Anda akan mendapat keuntungan tambahan ketika menjual produk Ahad-Net					
02	Anda mendapatkan harga produk Ahad-Net yang lebih murah dibanding harga untuk nondistributor					
03	Penjualan/pembelian produk Ahad-Net tidak akan merugikan Anda terutama finansial					

D. Komisi Dan Bonus (X4)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
01	Komisi dan bonus selalu Anda peroleh dari Ahad-Net setelah menjadi distributornya					
02	Komisi dan bonus yang diberikan Ahad-Net sangat membantu finansial Anda					

VARIABEL DEPENDENT (Y)**Kebebasan Finansial**

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
01	Anda merasa bahwa setelah masuk Ahad-Net finansial Anda akan terus meningkat					
02	Setelah masuk Ahad-Net, anda tidak khawatir terhadap finansial yang Anda dapat walaupun usaha ini Anda tinggalkan dalam beberapa waktu					
03	Dalam Ahad-Net finansial dapat Anda peroleh tanpa harus bekerja keras karena orang lain dan atau uang yang bekerja untuk Anda					
04	Selain keterampilan teknis pemasaran, penjualan, negoisasi, dalam Ahad-Net sangat ditekankan pada bekerja sama, kemampuan memimpin dan jaringan silaturahmi					

Lampiran 2 : Deskripsi responden

Case Processing Summary

	Cases			
	Total	Missing	Valid	
	Percent N	Percent N	Percent N	
	100.0% 52	0.0%	100.0% 52	
	100.0% 52	0.0%	100.0% 52	
	100.0% 52	0.0%	100.0% 52	

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation

		Usia			
		Total	> 51 Tahun	41 - 50 Tahun	31 - 40 Tahun
		Percent N	Percent N	Percent N	Percent N
		100.0% 52	21.7%	33.0%	45.3%
		100.0% 52	11.9%	30.8%	57.3%
		100.0% 52	11.9%	30.8%	57.3%

Jenis Kelamin * Pendidikan Terak

		Pendidikan Terakhir			
		Total	SP Ke A&S1	Sederajat / SD / Sederajat	Pendidikan Terakhir
		Percent N	Percent N	Percent N	Percent N
		100.0% 52	31.1%	20.0%	30.9%
		100.0% 52	10.0%	20.0%	23.1%
		100.0% 52	9.6%	23.1%	45.3%

Jenis Kelamin * Pekerjaan Selain D

		Pekerjaan Selain Distributor Ahad-Net					
		Total	Lain lain	Mahasiswa	Wira Swasta/ Pelajar/ Mahawan	Pegawai Negeri/ Swasta	Pegawai Negeri/ TNI/Polri
		Percent N	Percent N	Percent N	Percent N	Percent N	Percent N
		100.0% 52	3.8%	14.3%	19.2%	19.2%	11.5%
		100.0% 52	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
		100.0% 52	14.3%	19.2%	19.2%	11.5%	0.0%

Jenis Kelamin * Perit	Peringkat atau Jenjang			Total
	Ks Bawah	Prawira	Karir	
J	1	11	20	32
L	1	1	14	16
T	1	10	24	35
	3	22	58	83

Lampiran 3 : Frequency Table

x11

Valid Perorangan	Valid Perorangan	Valid Perorangan	Cumulative	
			Percent	Frequency
32	100.0	32.0	100.0	32
40	100.0	72.0	100.0	40
1	100.0	73.0	100.0	1
33	100.0	73.0	100.0	33

x12

Valid Perorangan	Valid Perorangan	Valid Perorangan	Cumulative	
			Percent	Frequency
32	100.0	32.0	100.0	32
40	100.0	72.0	100.0	40
1	100.0	73.0	100.0	1
33	100.0	73.0	100.0	33

x13

Valid Perorangan	Valid Perorangan	Valid Perorangan	Cumulative	
			Percent	Frequency
32	100.0	32.0	100.0	32
43	100.0	75.0	100.0	43
1	100.0	76.0	100.0	1
33	100.0	76.0	100.0	33

x21

Valid Perorangan	Valid Perorangan	Valid Perorangan	Cumulative	
			Percent	Frequency
32	100.0	32.0	100.0	32
43	100.0	75.0	100.0	43
1	100.0	76.0	100.0	1
33	100.0	76.0	100.0	33

x22

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	44	04.0	04.0
S	0	10.4	10.4
V			

x23

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	41	90.4	90.4
S	0	9.0	9.0
V			

x31

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	44	04.0	04.0
S	0	10.4	10.4
V			

x32

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	30	90.2	90.2
S	7	9.0	9.0
V			

x33

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	40	00.0	00.0
S	0	11.0	11.0
V			

x41

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	20	62.5	62.5
S	10	31.3	31.3
F	0	0.0	0.0
U	0	0.0	0.0
V	0	0.0	0.0

x42

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	40	125.0	125.0
S	0	0.0	0.0
F	0	0.0	0.0
U	0	0.0	0.0
V	0	0.0	0.0

y1

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	31	96.9	96.9
S	20	62.5	62.5
S	11	34.4	34.4
F	4	12.5	12.5
U	2	6.3	6.3
V	0	0.0	0.0

y2

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	20	62.5	62.5
S	20	62.5	62.5
F	4	12.5	12.5
U	2	6.3	6.3
V	0	0.0	0.0

Y3

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
I	32	100.0	100.0
S	20	62.5	62.5
S	14	43.8	43.8
TI	0	0.0	0.0
S	1	3.1	3.1

Y4

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
V	32	100.0	100.0

Lampiran 4 : Out put Uji Validitas

Correlations

				(Jenjang/ Anggota Baru Perkutan Level)
X	F	.009	X13	.009
	S	.000	X12	.000
	N	.000	X11	.000
X	F	.120		.120
	S	.000		.000
	N	.000		.000
X	F	.000		.000
	S	.000		.000
	N	.000		.000
B	F	.000		.000
	S	.000		.000
	N	.000		.000

Correlations

				Sistem Pendidikan dan Pelatihan
X	F	.010	X23	.010
	S	.000	X22	.000
	N	.000	X21	.000
X	F	.000		.000
	S	.000		.000
	N	.000		.000
X	F	.000		.000
	S	.000		.000
	N	.000		.000
S	F	.000		.000
	S	.000		.000
	N	.000		.000

Correlations

			Penjualan	Produk
			X33	X32
			.040	-.000
			.012	.040
			.02	.02
			.747	-.012
			.004	.011
			.02	.02
			.031	-.012
			.000	.011
			.02	.02
			.040	.040
			.02	.02
			.000	.004
			.031	.747
			.02	.02

Correlation

Correlations

			Bonus	Komisi dan
			X12	X11
			.010	.020
			.000	.000
			.02	.02
			.070	.020
			.000	.000
			.02	.02
			.070	.010
			.000	.000
			.02	.02

Correlation

Correlations

		Kebebasan	Financial	Kebebasan	Financial
Y	T	0.00	0.00	0.00	0.00
	Z	0.00	0.00	0.00	0.00
	V	0.00	0.00	0.00	0.00
Y	T	0.00	0.00	0.00	0.00
	Z	0.00	0.00	0.00	0.00
	V	0.00	0.00	0.00	0.00
Y	T	0.00	0.00	0.00	0.00
	Z	0.00	0.00	0.00	0.00
	V	0.00	0.00	0.00	0.00
K	T	0.00	0.00	0.00	0.00
	Z	0.00	0.00	0.00	0.00
	V	0.00	0.00	0.00	0.00

Correlation

Lampiran 4 : Out put Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Alpha	.908	
Standardized Cronbach's Alpha	.908	
Alpha Based on Standardized Items	.908	
Cronbach's Alpha	.908	

X2

Reliability Statistics

Alpha	.910	
Standardized Cronbach's Alpha	.910	
Alpha Based on Standardized Items	.910	
Cronbach's Alpha	.910	

X3

Reliability Statistics

Alpha	.910	
Standardized Cronbach's Alpha	.910	
Alpha Based on Standardized Items	.910	
Cronbach's Alpha	.910	

X4

Reliability Statistics

Alpha	.911	
Standardized Cronbach's Alpha	.911	
Alpha Based on Standardized Items	.911	
Cronbach's Alpha	.911	

Y

Reliability St

Alpha	Not Items	Alpha Based	Standardized Cr	on	Alpha Based	Cronbach's
.010	.010					

Lampiran 4 : Out put Regresi

b

Method	Variables Entered	Variables Removed	Variables in the Model
Enter	1		1

a

Model Summary

Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	2.131

Model Summary

b

ANOVA	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1	430.719	430.719	12.270	.000 ^a
2	27.281	27.281	.770	.385
3	1.000	.333	.009	.933
4	.000	.000	.000	1.000
Total	458.000			
Corrected Total	457.000			

a. R Squared = .719 (Adjusted R Squared = .719)

ANOVA

a

Coefficients

	Sig.	t	Coefficients	
			Standardized	Unstandardized
	.000	0.000	1.000	2.103
R	.701	-1.102	-.742	-1.2
C	.789	.269	.049	.161
E	.007	-2.820	-.542	-1.5
F	.000	3.927	.910	33.0

Copy