**Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)**

Oleh Muchlisin Riadi  April 17, 2018  [9 komentar](https://www.kajianpustaka.com/2018/04/pengertian-jenis-dan-sistem-multi-level-marketing.html#comments)

**Apa itu Multi Level Marketing?**

Multi Level Marketing (MLM) adalah salah satu sistem pemasaran dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi. Istilah lain Multi Level Marketing adalah Network Marketing, Multi Generation Marketing dan Uni Level Marketing. Berdasarkan akar katanya, Multi artinya banyak, level artinya berjenjang dan Marketing artinya pemasaran, sehingga Multi Level Marketing adalah pemasaran yang banyak dan berjenjang.

|  |
| --- |
| Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM) |
| Multi Level Marketing (MLM) |

MLM merupakan konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis kemitraannya. Anggota yang tergabung dalam MLM disebut distributor atau mitra niaga. Mitra niaga selanjutnya ikut mengajak orang lain untuk menjadi anggota sehingga jaringan pelanggan atau pasar semakin besar atau luas. Keberhasilan mitra niaga mengajak dan menambah anggota akan meningkatkan omzet perusahaan sehingga memberikan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan memberikan keuntungannya kepada mitra niaga dalam bentuk insentif berupa bonus.

Berikut ini beberapa pengertian Multi Level Marketing dari beberapa sumber buku:

1. Menurut Clothier (1994), Multi Level Marketing adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.
2. Menurut Muslich (2015), Multi Level Marketing adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa Multi Level Marketing adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.
3. Menurut Harefa (2000), Multi Level Marketing adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.

**Perbedaan Multi Level Marketing dengan Binis Biasa**

Menurut Clothier (1994), terdapat beberapa perbedaan antara bisnis Multi Level Marketing dengan bisnis konvensional, yaitu sebagai berikut:

1. **Armada penjualan**. Di dalam MLM, tenaga penjualnya adalah para distributornya, mereka mempekerjakan dirinya sendiri, menjadi bos bagi dirinya sendiri. Sedangkan pada bisnis konvensional, arus barang harus melewati produsen-distributor/grosir-pedagang eceran-konsumen.
2. **Pembagian keuntungan**. Pada MLM para distributor memperoleh imbalan dari perbandingan langsung usaha yang dilakukannya. Sedangkan pada bisnis konvensional orang-orang yang menerima keuntungan adalah para pemilik dan para direktur berbagai perusahaan distribusi. Amat jarang para pegawai penjualan toko eceran ikut menikmati keuntungan, betapapun unggul dan kerasnya mereka bekerja.
3. **Menjual produk**. Semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung atau direct selling. Sedangkan bisnis konvensional, menjual barang-barang konsumen melalui toko-toko, katalog dan melalui pos.

**Jenis-jenis Multi Level Marketing**

Menurut Setiawan (2017), terdapat beberapa jenis Multi Level Marketing, yaitu sebagai berikut:

**BACA JUGA**

* [**Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi)**](https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html)
* [**Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator)**](https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html)
* [**Loyalitas Konsumen (Pengertian, Karakteristik, Jenis, Tingkatan dan Indikator)**](https://www.kajianpustaka.com/2021/01/loyalitas-konsumen.html)
* [**Strategi Bersaing (Pengertian, Jenis, Karakteristik, Tingkatan dan Faktor Kegagalan)**](https://www.kajianpustaka.com/2020/12/strategi-bersaing.html)
* [**Customer Experience (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Faktor yang Mempengaruhi)**](https://www.kajianpustaka.com/2020/12/customer-experience.html)

**a. Sistem Binary Plan**

|  |
| --- |
| MLM Sistem Binary Plan |
| MLM Sistem Binary Plan |

Sistem Binary Plan ini mengutamakan pengembangan jaringan hanya dua leg saja dan mengutamakan keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringan dan omset bisnis dalam perusahaan MLM seperti ini, semakin besar bonus yang terima. Namun jika tidak seimbang, maka bonus-bonus tersebut mengalir deras ke dalam perusahaan. Biasanya sistem Binary Plan ini diusung perusahaan-perusahaan MLM yang dibuat oleh orang Indonesia. Biasanya perkembangan jaringan perusahaan yang menggunakan sistem Binary Plan relatif cepat sekali. Mitra-mitranya cepat mendapat bonus besar. Agar terlihat semakin mudah mendapatkan uang, mitra-mitra dari perusahaan seperti ini menerapkan aturan mendapatkan uang sebagai bonus dari perekrutan mitra yang mereka ajak (bonus sponsoring). Ini artinya mereka seperti halnya memperjualbelikan orang-orang (trafficking) dalam cara halus. Sistem ini biasanya memberikan bonus besar di awal karir saja sebagai iming-iming bahwa menjalankan bisnis MLM bersistem binary ini sangat mudah. Kenyataannya sistem binary ini menciptakan kesimpulan bahwa yang diuntungkan adalah mitra yang join di awal.

**b. Sistem Matrix**

|  |
| --- |
| MLM Sistem Matrix |
| MLM Sistem Matrix |

Sistem matrix ini pengembangan jaringannya menggunakan konsep hanya tiga frontline saja dan begitu pula selanjutnya ke bawah. Jenis sistem ini muncul untuk mengakali sistem binary yang dianggap money game.

**c. Sistem Break Away**

|  |
| --- |
| MLM Sistem Break Away |
| MLM Sistem Break Away |

Sistem ini pengembangan jaringannya mengutamakan kelebaran. Semakin banyak frontline, semakin besar pula bonus yang diterima. Namun kelemahannya adalah seorang agen harus mengurus semuanya sendiri. Sistem ini juga memungkinkan downline untuk melebihi upline-nya. Bonus yang didapat mitranya biasanya kecil di awal, namun besar di peringkat atas. Dikarenakan bonus member di awal karirnya kecil, maka biasanya perusahaan seperti ini mengandalkan iming-iming bonus perekrutan.

**Sistem Multi Level Marketing**

Menurut Setiawan (2017), sistem atau cara kerja Multi Level Marketing adalah sebagai berikut:

1. **Pertama-tama Anda akan disponsori oleh seorang distributor perusahaan MLM**. Sponsor Anda adalah distributor yang lebih dahulu bergabung dengan perusahaan MLM. Tugas Anda antara lain menjual produk-produk perusahaan MLM dan mencari mitra bisnis baru sebanyak mungkin untuk bergabung menjadi distributor, hingga membentuk suatu jaringan yang luas.
2. **Membayar uang pangkal/pendaftaran**. Untuk dapat didaftar sebagai anggota atau distributor, setiap orang diwajibkan membayar sejumlah uang yang sudah ditentukan besarnya. Uang pendaftaran ini biasanya akan diserahkan ke stockiest terdekat bersamaan dengan formulir pendaftaran yang telah diisi oleh prospek atau calon distributor. Setelah membayar uang pangkal seorang distributor baru akan mendapatkan berbagai fasilitas misalnya buku pedoman, kartu anggota, literatur perusahaan, majalah, selebaran berkala, informasi produk, formulir-formulir pesanan, nasihat bisnis, dan contoh-contoh produk.
3. **Menandatangani perjanjian atau kontrak**. Seorang anggota/distributor yang sudah membayar sejumlah uang pangkal tadi, kemudian akan menandatangani suatu kontrak yang bersifat mengikat distributor dan perusahaan. Seorang distributor harus mematuhi berbagai peraturan yang sudah ditetapkan, sedangkan perusahaan berkewajiban untuk menyediakan produk, memberikan berbagai bonus atau komisi, memberikan layanan sebagaimana dijanjikan dalam marketing plan perusahaan, dan pedoman agar para distributor dapat menjalankan bisnisnya dengan benar. Setiap anggota berhak untuk mendapatkan produk-produk dari perusahaan dengan harga distributor atau harga grosir.
4. **Melaksanakan aktivitas penjualan produk**. Para distributor kemudian melakukan kegiatan menjual produk-produk perusahaan kepada konsumen. Sebagian besar penjualan langsung/direct selling ini merupakan personal selling/face to face, diawali dengan suatu rekomendasi atau pendekatan langsung. Para distributor biasanya memberikan penjelasan tentang produk-produk perusahaan dan meyakinkan akan manfaat, keunggulan, atau kualitas agar orang bersedia untuk membelinya.
5. **Mengembangkan jaringan**. Selain bertugas menjual produk secara langsung kepada konsumen, setiap distributor juga harus mengembangkan jaringan penjualan seluas-luasnya. Untuk dapat membangun jaringan, setiap distributor harus mencari prospek. Ada beberapa strategi untuk mendapatkan prospek, yaitu kembangkan jaringan seluas-luasnya, jelajahi seluruh pasar, temui orang-orang tempat prospek bergantung, dan tampakkan diri sebagai agen. Apabila distributor berhasil dalam mengembangkan jaringan, maka perusahaan akan memberikan berbagai imbalan dalam bentuk bonus, potongan harga, dan insentif-insentif lainnya. Strategi MLM bertumpu pada pengembangan jaringan, sehingga semakin banyak seorang distributor berhasil merekrut anggota baru maka penghasilan atau bonusnya semakin besar.

**Keunggulan dan Kelemahan Multi Level Marketing**

Menurut Yusuf (2000), terdapat keunggulan dan kelemahan dalam pemasaran menggunakan sistem Multi Level Marketing, yaitu sebagai berikut.

**a. Keunggulan Multi Level Marketing**

1. MLM dapat mendatangkan pasif income yang cukup menjanjikan sebagai tambahan gaji tetap yang diterima setiap bulan.
2. MLM melatih setiap distributornya untuk mengasah skill berkomunikasi dengan downlinenya sehingga terbentuk jiwa personal selling yang kuat.
3. Memperluas relasi.

**b. Kelemahan Multi Level Marketing**

1. Distributor MLM bukanlah pengusaha (entrepreneur), namun hanya pengikut pada sebuah sistem hirarki yang rumit dimana mereka hanya punya sedikit kendali. Jadi mereka dikendalikan oleh sistem yang berlaku, tidak bisa bebas.
2. MLM bedampak negatif terhadap sektor riil. Jika manusia sudah tergila-gila dengan MLM, maka kegiatan sektor riil bakal terganggu. Karena di dalam MLM, uang berputar hanya pada lingkungan perusahaan tersebut dan sudah pasti mengurangi produktivitas masyarakat dalam bekerja (dalam makna sesungguhnya).
3. MLM membuat orang lain tidak mau berusaha memutar modal dalam kegiatan bisnis sektor riil. Padahal sektor riil butuh modal yang cukup besar.
4. Uang nasabah yang berputar pada bisnis MLM tidak dijamin keamanannya oleh pemerintah. Pada kemungkinan terburuk (likuidasi), uang milik nasabah MLM tidak dapat dikembalikan alias hangus.