

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bidang usaha Multi Level Marketing (MLM) masih cukup diminati oleh sebagian masyarakat. Terutama dengan tingginya keuntungan yang selalu dijanjikan dalam bisnis MLM. Hampir semua bisnis MLM selalu menggambarkan keuntungan yang berlipat-lipat yang akan diperoleh bagi anggota masyarakat yang bersedia bergabung dalam bisnis tersebut, dan seringkali tanpa sedikit pun membahas risiko yang dihadapi oleh anggotanya. Risiko pasti sudah disadari oleh anggota masyarakat yang bersedia bergabung, namun dengan memegang prinsip *No Risk No Gain*, secara berlebihan justru seringkali mengabaikan risiko yang tidak terukur (*under estimate of risk*). Oleh karena itu, perlu adanya kajian ilmiah yang lebih mendalam terhadap suatu bisnis usaha MLM, baik dari sisi risiko maupun keuntungannya.

Kajian ilmiah tentang bisnis MLM sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Salah satunya dilakukan oleh Udiyanto (2008) dengan topik “Analisis Faktor-faktor yang Menjadi Alasan dalam Bergabung di Bisnis Multi Level Marketing High Desert di Semarang”. Penelitian ini menitikberatkan pada perilaku keuangan anggota (investor). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan temuan bahwa 4 hal yang menjadi alasan utama para anggota bergabung adalah (1) memperoleh pelatihan yang lengkap, (2) konsultasi kesehatan, (3) modal relatif kecil, dan (4) cepat mewujudkan impian.

Hasil penelitian tersebut cukup menggambarkan perilaku keuangan anggota (investor/distributor), yang lebih melihat dari sisi *return* (keuntungan) yang diharapkan (dijanjikan), baik keuntungan secara financial maupun non financial, dan mengesampingkan risiko dari investasi yang dilakukan. Hasil penelitian tersebut hanya suatu potret perilaku keuangan, tanpa bisa memberikan dasar pengambilan keputusan empiris yang memadai. Selain itu, hasil penelitian seharusnya bisa digunakan sebagai dasar bagi masyarakat untuk mengambil keputusan investasi dalam bisnis *multi level marketing* tersebut. Atau dengan kata lain, meskipun penelitian tersebut telah menggunakan studi empiris sedemikian rupa, dan telah melakukan berbagai uji keandalan, *validity* dan *realibility*, namun penelitian tersebut masih sangat bias. Membahas perilaku keuangan harus lebih hati-hati karena memasukkan analisis faktor psikologi dalam membahas keputusan dalam bidang keuangan.

Persoalan mulai muncul ketika produk-produk investasi yang dikemas dalam *multi level marketing* berkembang demikian cepat dan mencari celah-celah regulasi, sehingga produk-produk tersebut tidak berada dalam yurisdiksi otoritas-otoritas yang selama ini bertugas mengawasi perusahaan yang menjual investasi dengan dalih perdagangan produk pada umumnya. Pada saat terjadi *default* (gagal bayar) menjadi sulit untuk menentukan yurisdiksi mana yang bertugas untuk membantu menyelesaikan.

Ulasan Kharim (2013) pada harian Republika berikut ini menggambarkan bagaimana bisnis investasi yang dikemas dalam pemasaran berjenjang (*multi level marketing*) dengan mekanisme *member get member*. Di Malaysia dan Singapura

terjadi skandal besar investasi emas. *The Gold Guarantee Malaysia* (TGG-M) dan *Asia Pacific Bullion* yang berbasis di Singapura dikejutkan dengan kaburnya pemimpin perusahaan itu, Lee Song Teck. Geneva Singapura juga melakukan hal yang sama, pemimpinnya, Leow Wee Khong, tidak diketahui keberadaannya. Bank Sentral Singapura memasukkan tiga perusahaan itu dalam Daftar Waspada Investasi Perusahaan tidak Berizin. Bank Sentral Malaysia melakukan hal yang sama untuk *Geneva Malaysia*, *Pageantry Gold*, *Caesar Gold*, *Worldwide Far East*, dan *Bestino*. Sebagai taktik pemasarannya, salah satu perusahaan itu malah mengaku model penjualan emasnya telah disetujui oleh Bank Sentral Malaysia, sesuai dengan prinsip syariah dan mempunyai Dewan Pengawas Syariah, bahkan menampilkan foto mantan perdana menteri Malaysia untuk meyakinkan calon nasabahnya. Tiga pemimpin Geneva, Marcus Yee Yuen Seng, Ng Poh Weng, dan Chin Wai Leong, disangkakan telah melakukan praktik bank gelap, pencucian uang, dan penghindaran pajak oleh Bank Sentral Malaysia. Tiga orang ini juga menjadi pemimpin Geneva Singapura.

Model investasi emas oleh perusahaan-perusahaan tersebut sebenarnya bersembunyi di antara celah regulasi yang belum mengatur penjualan produk investasi yang berkedok penjualan emas. Dimana letak persoalannya? Pada bisnis tersebut, seringkali menggunakan mekanisme bisnis dengan menjual produk (dalam hal ini emas) dengan harga 20-25 persen di atas harga pasar. Selisih harga inilah yang dimanfaatkan sebagai bagian dari investasi dan pembagian komisi berjenjang di antara anggotanya, sehingga perusahaan sejenis ini tidak dapat dikategorikan sebagai perusahaan penjual (perdagangan), namun termasuk dalam

kategori perusahaan yang menjual produk investasi. Selisih harga ini yang berpotensi sebagai *money game* atau dikenal luas sebagai sistem *ponzi*. Itu pula yang dijadikan dasar mengenakan sangkaan penghimpunan dana masyarakat secara ilegal. Dalam praktiknya, bahkan sebagian besar transaksi tidak terjadi penyerahan fisik produk. Untuk investasi emas, hanya sebagian kecil emas yang diserahkan fisiknya, atau terjadi selisih waktu antara penyerahan uang dan penyerahan fisik emasnya.

Bagaimana dengan di Indonesia? Model bisnis yang persis sama ternyata juga pernah berkembang di Indonesia. Salah satu perusahaan bahkan menggunakan taktik pemasaran yang persis sama, yaitu PT Golden Traders Indonesia Syariah (GTIS). Kejadian yang sama juga akhirnya terjadi di Indonesia dengan skandal yang juga sama, kaburnya pemilik PT GTIS warga negara Malaysia, Michael Han Cun Ong, Edward CH Ho, sedangkan Dato Zahari Sulaiman sebagai komisarisnya. Padahal pada praktiknya PT GTIS meminta rekomendasi Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) untuk kelengkapan dokumen mengurus legalitas izin, DSN MUI memberikan sederet ketentuan dan syarat yang harus dipenuhi. Di antara yang terpenting adalah harus adanya penyerahan uang dan fisik emas secara tunai pada saat yang bersamaan. Memahami adanya perbedaan harga pembelian emas dengan harga pasar, yang memasukkan perusahaan ini sebagai perusahaan yang menjual produk investasi, DSN MUI mengarahkan perusahaan ini mengurus legalitas izinnya ke Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti). OJK tidak menjadi pilihan karena yurisdiksinya tidak mencakup produk investasi berbasis komoditas.

Ada dua alasan DSN MUI mengarahkannya ke Bappebti. Pertama, UU No 10 Tahun 2011 tentang Perdagangan Berjangka Komoditas telah mengakomodasi produk syariah. Kedua, DSN MUI telah bekerja sama dengan Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) untuk produk syariah berdasarkan Fatwa DSN No 82 Tahun 2011. Hal ini sangat penting karena model bisnis seperti yang ditawarkan PT GTIS ini memang belum dikenal dalam yurisdiksi Bappebti, BBJ, dan berbeda dengan yang digariskan dalam Fatwa DSN No 82. PT GTIS bermain di celah regulasi yang ada. Tidak masuk yurisdiksi Bank Indonesia, OJK, maupun Bappebti. Yurisdiksi penjualan fisik emas juga tidak karena adanya perbedaan harga beli emas dengan harga pasar, ada diskon bulanan, kontrak, dan *buy back guarantee*.

Dengan menyalahgunakan rekomendasi DSN MUI, yang seharusnya digunakan untuk mengurus kelengkapan izin legalitas dari otoritas yang berwenang, namun digunakan untuk kepentingan pemasaran mengelabui calon nasabah. Juga menampilkan foto ketua DPR dan ketua MUI untuk tujuan yang sama. DSN MUI jelas bukan otoritas yang memiliki yurisdiksi. DSN MUI diberi wewenang oleh UU Perseroan Terbatas untuk memberikan rekomendasi syariah yang diperlukan dalam mengurus izin usaha bagi perusahaan yang akan menawarkan produk berbasis syariah. Bank Indonesia sebagai otoritas yang mengatur mikro-prudensial, khususnya bidang perbankan, memang tidak memiliki wewenang untuk mengatur perusahaan nonbank seperti PT GTIS, namun bila PT GTIS melakukan kegiatan *shadow banking*, tentu masuk dalam ranah BI. Sebagai otoritas makroprudensial yang mencakup otoritas moneter dan sistem pembayaran, jelas berkepentingan dengan cadangan emas, devisa, dan tentunya perdagangan emas serta valas.

Permasalahan PT GTIS yang terjadi pada tahun 2013, seharusnya sudah berkaca pada kejadian-kejadian serupa sebelumnya. Bahkan pada Sutaryono pada harian Kontan (19 Maret 2013) pernah diuraikan model-model investasi yang banyak merugikan masyarakat, seperti:

- a. Qurnia Subur Alam Raya (QSAR), investasi keuangan dengan kerugian Rp 800 miliar pada 2002,
- b. Adess Sumber Hidup Dinamika (investasi peternakan itik, Rp 200 miliar, 2003),
- c. Medical (multilevel marketing/MLM, Rp 50 miliar, 2004),
- d. Berlian Artha Sejahtera (arisan berantai, Rp 200 miliar, 2005),
- e. Futurista International Paradana (MLM, puluhan miliar rupiah, 2005),
- f. Platinum Invesment (valas, Rp 500 miliar, 2005),
- g. Interbanking Bisnis Terencana (penyertaan modal, Rp 42 miliar, 2006),
- h. Mitra Wira Usaha Mandiri (MLM, puluhan miliar rupiah, 2006),
- i. Java Lintas Niaga (MLM, Rp 70 miliar, 2006),
- j. Wahyu Sejahtera Mandiri (MLM, Rp 30 miliar, 2006). Disusul
- k. Wahana Bersama Globalindo (WBG) (valas, Rp 3,5 triliun, 2007),
Gama Smart Karya Utama (valas, Rp 12 triliun, 2007),
- l. Sarana Perdana Indoglobal (valas, Rp 2,1 triliun, 2007),
- m. PT Gradasi Anak Negeri (MLM, Rp 390 miliar, 2012),
- n. Koperasi Langit Biru (bisnis daging, Rp6 triliun, 2012) dan
- o. PT Gemilang Reksa Jaya (MLM, ratusan miliar rupiah, 2012).

Model investasi yang dikemas dalam MLM seperti kasus di atas sangat

menjamur di Indonesia, bahkan dengan varian dan modifikasi terhadap sistemnya. Seperti halnya obyek penelitian dalam penelitian ini, adalah bisnis investasi dengan menggunakan produk ayam petelur. Memang, bisnis telur ayam adalah bisnis yang sangat menjanjikan, karena permintaan telur di masyarakat Indonesia masih tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Matthews dan Sumner (Agustus 2014) tentang "*Effects of housing system on the costs of commercial egg production*" memberikan hasil bahwa sistem peternakan modern memberikan hasil produksi telur 10% lebih tinggi dibandingkan dengan sistem peternakan konvensional, namun biaya variabel per telur yang diproduksi oleh peternakan modern lebih tinggi 23% dibandingkan dengan peternakan konvensional, demikian halnya dengan rata-rata total biaya peternakan modern 36% lebih tinggi dibandingkan dengan peternakan konvensional.

Sebelumnya hasil penelitian Deze et.all (2010) tentang: "*Break-Even-Analysis (BEA) in Egg Production*" sangat melengkapi hasil penelitian yang dilakukan Matthew dan Sumner, dimana tingkat BEA antara peternakan modern dan peternakan konvensional memberikan hasil yang cukup berbeda. BEA untuk setiap ayam dalam peternakan konvensional adalah 204 telur, sedangkan BEA untuk setiap ayam dalam peternakan modern adalah 258 telur. Perbedaannya adalah sebesar 26% $((258\% - 204\%) / 204\%)$.

Sridharan dan Saravanan (April, 2013) melakukan penelitian yang agak berbeda di India, yaitu menganalisis motivasi investor dalam peternakan unggas dengan sistem kontrak (seperti yang ditawarkan obyek dalam penelitian ini).

Diketahui bahwa faktor motivasi untuk masuk ke dalam kontrak peternakan unggas dari responden yaitu "tambahan penghasilan yang meyakinkan" menduduki peringkat pertama dengan skor 75,10 poin, kedua "tidak ada risiko pemasaran " dengan skor 65,18 poin, ketiga "risiko yang rendah" dengan skor 61,00 poin. Faktor risiko yang rendah ini dikaitkan dengan nilai investasi awal yang rendah dalam sistem kontrak bisnis peternakan, sehingga bila terjadi kegagalan (default), responden hanya kehilangan sejumlah dana yang diinvestasikan tersebut. Kemiripan model investasi tersebut dengan obyek penelitian ini yang melatarbelakangi untuk meneliti model bisnis Indonesia Farm yang menggunakan peternakan ayam petelur sebagai produknya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diajukan rumusan masalahnya sebagai berikut:

“Bagaimana risiko dan keuntungan investasi bidang usaha Multi Level Marketing studi kasus pada Indonesia Farm di Indonesia?”

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui risiko dan keuntungan investasi bidang usaha Multi Level Marketing studi kasus pada Indonesia Farm di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi khasanah ilmu pengetahuan.

Melalui kajian ilmiah terhadap bisnis investasi dalam bidang multi level marketing ini, diharapkan didapat hasil kajian yang obyektif, yang didasarkan pada kajian secara ilmiah dan bisa dipertanggungjawabkan secara akademis.

- b. Penyelesaian operasional.

Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi masyarakat terutama investor dan pengelola bisnis *multi level marketing* untuk melakukan praktik-praktik yang memenuhi aturan yang berlaku di Indonesia.

- c. Bagi kebijakan.

Hal yang utama hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi otoritas sebagai bahan pertimbangan penentuan kebijakan yang bisa memberikan perlindungan terhadap masyarakat.

1.5. Sistematika Skripsi

Guna memudahkan dalam pemahaman, analisis dan pembahasan dalam skripsi ini, maka sistematika skripsi ini disusun sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan. Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah tentang risiko dan keuntungan investasi dalam bisnis *multi level marketing*. Berdasarkan dari pokok pikiran dalam latar belakang tersebut diajukan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya, diuraikan tentang manfaat penelitian yang diharapkan, dan sistematika skripsi.

Bab II. Tinjauan Pustaka. Pada bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka yang menjadi dasar teori untuk pembahasan selanjutnya, yaitu antara lain tentang teori *multi level marketing*, investasi, pengukuran tingkat pengembalian investasi, risiko dan pengembalian investasi, dan secara khusus teori yang berkaitan dengan investasi peternakan ayam petelur. Selain landasan teori, pada bab ini juga diuraikan tentang hasil penelitian sebelumnya, yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini. Dari landasan teori dan penelitian sebelumnya disusun kerangka berfikir.

Bab III. Metode Penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka pada bab ini diuraikan tentang pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis. Pada pendekatan kualitatif ini tidak digunakan variabel penelitian, adapun risiko dan keuntungan dianalisis secara kualitatif berdasarkan teori-teori yang diajukan.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum obyek penelitian, yang dilanjutkan penampilan data hasil penelitian dalam deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan.

Bab V. Simpulan dan Saran. Pada bab ini akan diajukan simpulan untuk menjawab dari rumusan masalah yang diajukan, yang dilengkapi dengan simpulan lain yang berasal dari hasil pembahasan. Terakhir akan diajukan saran sesuai pemanfaatan hasil penelitian ini yaitu saran bagi khasanah ilmu pengetahuan (khususnya bagi peneliti berikutnya), bagi penyelesaian operasional (investor dalam pengambilan keputusan investasi), dan bagi kebijakan yaitu para pemegang otoritas dalam melindungi masyarakat tentang produk investasi.