

PELUANG BISNIS NETWORK MARKETING DIMASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Yogyakarta)

Fina Dairotun Imanah

Pascasarjana, UIN Prof KH. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia
E-mail: vinadairotunimanah@gmail.com

Copyright © 2021 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v1i2.11

Abstract

This study aims to analyze the phenomenon of the Multi-Level Marketing business, which developed during the Covid-19 pandemic. The pandemic has caused enormous changes in people's lives, especially in people's daily lives. Restrictions on space for movement by the Government due to the speedy and widespread spread of the COVID-19 virus have prompted many companies to lay off their employees to work from home, and not even a few employees have been laid off. This situation resulted in many people who glanced at business opportunities and decided to join the Network Marketing Business. This type of research is qualitative. The main subject in this study is the Business Partner of PT Natural Nusantara, the public relations department of PT Natural Nusantara Yogyakarta. While the data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate MLM PT. Natural Nusantara provides business opportunities to offer solutions to people who need additional income. Businesses that can be done online and run from anywhere make people look at MLM businesses that still survive during the covid-19 pandemic. This is evident from the continued increase in new members every month.

Keywords: *Business, Network Marketing, Covid-19*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena bisnis Multi Level Marketing yang justru berkembang pada saat Pandemi covid-19. Pandemi telah menyebabkan perubahan sangat besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pembatasan ruang gerak oleh Pemerintah karena penyebaran virus covid-19 yang sangat cepat dan luas mendorong banyak Perusahaan yang merumahkan karyawannya untuk bekerja dari rumah, bahkan tidak sedikit pula karyawan yang di PHK. Keadaan ini justru mengakibatkan banyak masyarakat yang melihat peluang bisnis usaha, dan memutuskan untuk bergabung di Bisnis Network Marketing. Jenis penelitian adalah kualitatif, Subjek utama dalam penelitian ini adalah Mitra Usaha PT Natural Nusantara, bagian humas PT Natural Nusantara Yogyakarta. Sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan MLM PT. Natural Nusantara memberikan peluang usaha untuk memberikan solusi kepada masyarakat yang membutuhkan penghasilan tambahan. Bisnis yang bisa dikerjakan *online* dan dijalankan dari mana saja menjadikan masyarakat mulai melihat Bisnis MLM yang terbukti masih tetap bertahan di tengah pandemi covid-19. Hal ini terbukti dari terus bertambahnya anggota baru setiap bulannya.

Kata Kunci: *Bisnis, Network Marketing, Covid-19*

1. Pendahuluan

Pandemi covid-19 banyak mengubah budaya yang sebelumnya berkembang di masyarakat. Salah satu dampak yang dirasakan ialah *work from home* (WFH) atau bekerja dari rumah. Kebiasaan *work from home* banyak diterapkan oleh perusahaan pada awal era pandemi, bahkan beberapa masih berlanjut hingga saat ini. Bahkan dampak lainnya.

Meskipun para karyawan diwajibkan bekerja dari rumah namun mereka tetap harus menyelesaikan tugas sesuai *deadline* yang diberikan, tak terkecuali karyawan bagian pemasaran. Bisnis *Network marketing* menjadi solusi yang tepat bagi masyarakat yang mau memulai usaha baru. Karena kelebihan *network marketing* dapat dilakukan dimana saja, kapan saja baik bertatap muka langsung maupun melalui sosial media. Dalam Bisnis Network Marketing untuk memasarkan produk tidak perlu repot-repot menyediakan produk karena sudah ada perusahaan yang mensuplai.

Suatu usaha bisnis dimana metode sistem pemasarannya menggunakan sistem pemasaran yang berjenjang sering dikenal dengan istilah *Multi-Level Marketing* atau disingkat dengan MLM. Bisnis MLM adalah metode bisnis di mana perusahaan dapat menggunakan konsumen mereka untuk membantu perusahaan dengan berperan sebagai distributor. Dengan metode ini, maka perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk biaya iklan dan sebagainya. Di Indonesia, bisnis MLM mulai ada sejak tahun 1992 ketika bisnis MLM Amway diperkenalkan. Namun sebenarnya, pada tahun 1986 sebuah perusahaan MLM telah didirikan di Bandung dengan nama Nusantara Sun Chorelatama yang kemudian berubah nama menjadi CNI (Lestari, 2021).

Sejak mulai munculnya wabah virus corona pada Januari 2020 lalu, hampir tidak ada satu sektor pun yang tidak merasakan dampaknya. Banyak perubahan yang terjadi di kehidupan masyarakat karena pemutusan hubungan kerja, dirumahkan, ataupun pemotongan penghasilan. Krisis ekonomi akibat dari pandemi ini mendorong masyarakat untuk mengubah pola hidup, pola konsumsi dan pola belanja, serta hal-hal yang kini menjadi prioritas di dalam kehidupan mereka secara umum. Di tengah himpitan ekonomi, segala bentuk usaha marak bermunculan. Begitu pula dengan bisnis MLM. Banyak masyarakat mulai marak menjadi pelaku bisnis MLM (Lestari, 2021).

Dari beberapa situs laman berita menyatakan bahwa pemerintah memperkirakan tambahan pengangguran tahun ini mencapai 4,2 juta. Namun angka itu bisa lebih besar karena pencari kerja cukup tinggi. "Hal itu terindikasi dari Kartu Prakerja, pendaftar 10,8 juta sampai akhir Mei 2020. (Cahyani, 2020)

Terdapat angin segar dari Menteri Perdagangan Agus Suparmanto menyebut penjualan langsung merupakan salah satu sektor usaha yang dapat menjaga roda perekonomian di Indonesia tetap berputar di tengah pandemi Covid-19. Ia menjelaskan Keunikan dan kekuatan dari sektor usaha, yang biasanya dikenal dengan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini, terletak pada sistem bisnisnya yang mengandalkan jaringan pemasaran para mitra usahanya. (Rachman, 2020)

MLM adalah strategi pemasaran berjenjang atau berantai, di mana tenaga penjual tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tapi juga atas hasil penjualan *sales* lain yang mereka rekrut. Jadi disini semakin banyak menjual produk dan memiliki tenaga penjual sebagai *downline*, maka semakin banyak juga keuntungan yang bisa didapatkan (Lestari, 2021).

Bisnis MLM, banyak diminati dimasa sekarang ini salah satunya karena bisa dijalankan paruh waktu tanpa mengganggu pekerjaan utama dan bisa dijalankan dimana saja, dengan mengandalkan pemasaran *online marketing*. Bisnis MLM dengan system pemasaran *online marketing* mampu memanfaatkan peluang dimasa pandemi karena kebanyakan masyarakat sudah mengubah pola konsumsi beralih kepada belanja *online*

2. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan atau dari bentuk tindakan

kebijakan (Moeleong, Lexy J. 2002:112). Dalam penelitian seni pertunjukan berusaha untuk mencandra/ mendeskripsikan kegiatan kesenian yang biasanya berupa karya seni pertunjukan, baik Pedalangan, Karawitan maupun Tari sebagai bagian dari upaya untuk memperoleh pengetahuan. Pendekatan yang digunakan adalah bersifat kualitatif yang memiliki karakteristik bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa pertama langsung dari sumbernya, peneliti menjadi bagian dari instrumen pokok analisisnya, kedua data berupa kata-kata dalam kalimat atau gambar yang mempunyai arti (Sutopo 2006: 40).

Subjek dalam Penelitian ini adalah Mitra Usaha PT. Natural Nusantara dan Bagian Humas Kantor PT. Natural Nusantara. Sedangkan Objek Penelitian ini adalah Peluang Bisnis Network Marketing dimasa Pandemi covid-19. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, Nasution (1998) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Selanjutnya dengan Metode wawancara, Wawancara dikenal pula dengan istilah interview merupakan suatu proses tanya jawab secara lisan, di mana 2 orang atau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar dengan telinga sendiri dari suaranya. Metode wawancara dilakukan secara langsung kepada Member PT. Natural Nusantara, bagian humas PT Natural Nusantara Yogyakarta. Selanjutnya dengan Metode dokumentasi, Menurut Arikunto, dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya cabang barang-barang tertulis. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang sumber datanya berupa buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

3. Tinjauan Pustaka

3.1. Pengertian Multi Level Marketing (MLM)

Secara Etimologi Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa Inggris Multi berarti banyak sedangkan level berarti jenjang atau tingkat. Adapun marketing berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai “Multi Level” karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.. Dalam pengertian “Marketing” sebenarnya tercakup arti menjual dan selain arti menjual, dalam marketing banyak aspek yang berkaitan dengannya antara lain ialah produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Jadi “Marketing” lebih luas maknanya dari menjual. Menjual merupakan bagian dari “Marketing” karena menjual hanyalah kegiatan transaksi penukaran barang dengan uang . Pengertian multi level marketing atau di singkat MLM adalah sebuah system pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memosisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran (Marimin, 2016).

3.2. Sejarah Multi Level Marketing

Konsep MLM ini dilatarbelakangi kenyataan bahwa, konsep retail dan *direct selling*, hanya memberikan manfaat finansial kepada kalangan tertentu yang jumlahnya terbatas. Yakni pemilik modal dan pengelola usaha, tenaga administrasi, karyawan, *sales* atau kurir. Dan pihak ketiga yang berkemampuan menjadi jasa perantara (minimal mampu membuka kios). Serta pihak keempat yang melaksanakan peran *advertising* (periklanan), seperti stasiun TV, radio, koran, majalah, papan reklame dan sejenisnya. Sementara masyarakat konsumen hanya diposisikan sebagai penerima manfaat produk saja. Diakui bahwa konsep MLM non syariah yang tumbuh dan berkembang di bumi nusantara ini sejak tahun 1986 dan kini telah mencapai 106 perusahaan. (62 perusahaan diantaranya memiliki Izin Usaha Penjualan berjenjang dari Deperidag RI) memang telah meningkatkan derajat ekonomi (sebagian) masyarakat konsumen (distributornya). Namun yang menjadi masalah adalah soal kehalalan dan kesucian produk, aturan main dan budaya kerjanya, apakah produk yang dijual bebas dari unsur-unsur yang diharamkan dalam Islam dan apakah cara kerjanya bebas dari unsur riba, *gharar*, (tipuan atau ketidakpastian), *maysir* (judi) dan *zulm* (eksploitasi).

Akar dari MLM tidak bisa dilepaskan dari berdirinya Amway Corporation dan produknya *nutrilite* yang berupa makanan suplemen bagi diet agar tetap sehat. Konsep ini dimulai pada tahun 1930 oleh Carl

Rehnborg, seorang pengusaha Amerika yang tinggal di Cina pada tahun 1917-1927. Setelah 7 tahun melakukan eksperimen akhirnya dia berhasil menemukan makanan suplemen tersebut dan memberikan hasil temuannya kepada teman-temannya. Tak kala mereka ingin agar dia menjualnya pada mereka, Rehnborg berkata “Kamu yang menjualnya kepada teman-teman kamu dan saya akan memberikan komisi padamu”. Inilah praktik awal MLM yang singkat cerita selanjutnya perusahaan Rehnborg ini yang sudah bisa merekrut 15.000 tenaga penjualan dari rumah kerumah yang kemudian dilarang beroperasi oleh pengadilan pada tahun 1951, karena mereka melebihi-lebihkan peran dari makanan tersebut. Yang mana hal ini membuat Rich DeVos dan Jay Van Andel Distributor utama produk nutrilite tersebut yang sudah mengorganisasi lebih dari 2000 distributor mendirikan *American Way Association* yang akhirnya berganti nama menjadi *Amway*.

3.3. Ciri-Ciri Multi Level Marketing yang Berkualitas

Menurut Marimin (2016), beberapa hal yang menjadi ciri-ciri dan bisnis Multi Level Marketing adalah:

- 3.3.1. Memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota untuk berhasil.
- 3.3.2. Keuntungan dan keberhasilan distributor sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja (keras) dalam bentuk penjualan dan pembelian produk dan jasa perusahaan.
- 3.3.3. Setiap anggota berhak menjadi anggota satu kali.
- 3.3.4. Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal dan dapat dipertanggungjawabkan karena nilainya setara dengan barang yang diperoleh.
- 3.3.5. Keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya.
- 3.3.6. Setiap distributor independen dilarang untuk menumpuk barang, karena yang terpenting adalah pemakaian produk yang dirasakan manfaat atau khasiatnya secara langsung oleh konsumen.
- 3.3.7. Keuntungan yang dinikmati anggota Multi Level Marketing, tidak hanya bersifat finansial tetapi juga non finansial seperti penghargaan, posisi dalam peringkat, derajat sosial, kesehatan, pengembangan karakter, dan sebagainya.
- 3.3.8. Perusahaan Multi Level Marketing membina distributornya dalam program pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan.
- 3.3.9. Dalam sistem Multi Level Marketing pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting untuk disampaikan kepada konsumen.
- 3.3.10. Setiap sponsor atau up-line berkepentingan untuk meningkatkan kualitas distributor di jaringannya.
- 3.3.11. Pembagian komisi atau bonus biasanya dilakukan sebulan sekali.

3.4. Sistem kerja Multi Level Marketing

MLM merupakan sistem penjualan secara langsung kepada konsumen yang dilakukan secara berantai, di mana seorang konsumen dapat menjadi distributor produk dan dapat mempromosikan orang lain untuk bergabung dalam rangka memperluas jaringan distributornya. Dalam rangkaian distributor terdapat istilah “Upline-Downline”. Bisnis MLM lebih memanfaatkan “kekuatan manusia” daripada institusi ritel dan lainnya, untuk mempromosikan dan menjual produk (barang atau jasa). MLM juga menitikberatkan pada kekuatan kontak pribadi dan persuasif dalam penjualan, di mana si penjual berfungsi lebih dari sekedar seorang juru tulis yang mencatat hasil penjualan. MLM berbeda dengan sistem penjualan lainnya. Dalam bisnis MLM, distributor multilevel tidak hanya berusaha menjual barang kepada konsumen secara eceran, tetapi juga mencari distributor lain untuk menjual produk (barang atau jasa) kepada konsumen.

Dengan kata lain, setiap distributor memiliki dua fungsi dasar (ganda), yaitu menjual produk (barang atau jasa) serta membangun jaringan distribusi melalui perekrutan distributor lainnya untuk juga menjual produk dan jasa perusahaan. Setiap distributor baru yang dibawa masuk ke dalam perusahaan, akan terdorong untuk mengajak distributor berikutnya ke dalam perusahaan. Hasilnya, seorang distributor yang aktif menjalankan fungsi ganda di atas akan membangun sebuah sub struktur berjenjang, yang dikenal dengan istilah jaringan *downline*. Setiap anggota di dalam jaringan *downline* tersebut juga memiliki kesempatan yang

sama untuk membangun jaringan downline-nya sendiri.

Setiap anggota mandiri (distributor) akan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukannya sendiri dan juga mendapatkan sebagian kecil komisi dari penjualan yang dilakukan oleh para distributor di jaringan *downline*-nya. Selain itu, biasanya tersedia berbagai bonus kinerja (*performance bonus*) dan hadiah berupa royalti bonus apabila volume penjualan pribadi maupun grup *downline*-nya mencapai level tertentu. Ketentuan ini sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia bahwa komisi adalah imbalan yang diberikan perusahaan MLM kepada mitra usaha yang besarnya dihitung berdasarkan hasil kerja nyata sesuai volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau jasa, baik secara pribadi maupun jaringannya. Sedangkan bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha karena berhasil melebihi target penjualan barang dan atau jasa yang ditetapkan perusahaan MLM.

Dengan demikian, komisi yang diberikan dalam bisnis MLM dihitung berdasarkan banyaknya jasa distribusi yang otomatis terjadi jika bawahan melakukan pembelian barang. *Upline* akan mendapatkan bagian komisi tertentu sebagai bentuk balas jasa atas perekrutan bawahan. Sedangkan harga barang yang ditawarkan di tingkat konsumen adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi. Kompensasi yang diperoleh dari bisnis MLM, yaitu sebagai berikut: (1) komisi dari penjualan perorangan; (2) bonus kelompok; (3) bonus kepemimpinan; (4) pendapatan redusial; dan (5) bonus lainnya dari perusahaan, seperti potongan harga dan royalti. Bonus-bonus yang disediakan oleh perusahaan merupakan rangsangan yang diberikan kepada distributor agar mensponsori lebih banyak orang dan melatihnya untuk dapat menjual lebih banyak barang.

Secara sistematis, sistem kerja MLM, dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, pihak perusahaan berusaha menjangkau konsumen untuk menjadi member dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu. Kedua, dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan. Ketiga, sesudah menjadi member, maka tugas berikutnya adalah mencari member baru dengan cara seperti di atas, yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan. Keempat, para member baru juga bertugas mencari calon member baru lainnya dengan cara seperti di atas, yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan. Kelima, jika member mampu menjangkau member baru yang banyak, maka ia akan mendapat bonus. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Keenam, dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua, dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pola bisnis MLM adalah membangun bisnis dari rumah (*home based business*) atau pola pamarasan jaringan progresif. Seorang yang mengikuti pola bisnis MLM merupakan distributor atau member yang menempati suatu posisi dalam jenjang karier sistem tersebut. Distributor mempunyai seorang *upline* yaitu pihak yang mengajaknya (mensponsori) dalam bisnis MLM, sedangkan distributor itu sendiri disebut *downline*, yaitu pihak yang disponsori. Seorang *downline* akan menjadi *upline* jika telah memiliki *downline* lain di bawahnya. Sekumpulan distributor yang membentuk struktur *upline-downline* akan membentuk suatu jaringan. Dalam jaringan terdapat “kaki” dan level. Kaki adalah bagian dari jaringan yang ditinjau secara vertikal, dan level adalah bagian dari jaringan yang ditinjau secara horizontal. Jaringan yang telah terbentuk akan terus tumbuh tanpa ada batasnya, selama para member terus mensponsori pihak baru untuk masuk dalam bisnis MLM sehingga jaringan akan terus membesar dan meluas, mulai dari berawal hanya mensponsori satu atau dua orang, hingga memiliki *downline* mungkin sampai ratusan.

Program-program MLM telah mengalami peningkatan terus-menerus sejak tahun 1980-an, dikarenakan bisnis MLM ini menawarkan peluang memperoleh pendapatan yang tinggi melalui prinsip-prinsip pengandaan usaha. Efayanti (2006: 10) mengungkapkan beberapa kelebihan bisnis MLM, di antaranya adalah sebagai berikut: (1) setiap orang dapat melakukannya; (2) nyaris tanpa resiko; (3) tidak ada

atasan; (4) pelatihan nasional dan bantuan dari perusahaan yang diberikan dalam bentuk buku pegangan, seminar dan rapat; (5) waktu yang diinvestasikan sekarang, berguna di kemudian hari; (6) rasa aman karena ada sistem pembagian bonus dan royalti ahli warisnya; (7) bisnis siap pakai dan siap dijalankan; (8) tidak ada wilayah yang membatasi daerah operasi para distributor; (9) modal yang diperlukan untuk memulai bisnis sangat kecil yaitu hanya membayar formulir pendaftaran dan produk perusahaan; (10) mendapatkan penghasilan sesuai dengan penjualan dan pembinaan jaringan.

4. Hasil Studi Kasus pada PT. Natural Nusantara (NASA)

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang sangat besar kepada kehidupan masyarakat di dunia. Mengubah segala bentuk kebiasaan menjadi kebiasaan baru (*new normal*), mulai dari mengubah pola kerja, pola konsumsi, pola bisnis bahkan pola dalam bersosialisasi. Tidak sedikit dari pelaku usaha yang tidak bisa beradaptasi dalam kehidupan *new normal* ini, menjadikan mereka tidak bisa mempertahankan usahanya. Dampak tidak hanya dirasakan oleh para pelaku usaha, namun dirasakan pula oleh karyawan, sebagian dari mereka terpaksa harus di rumahkan dan pemutusan ikatan kerja (PHK).

Kementerian perdagangan mencatat, hingga tahun 2019, sebanyak 6 juta orang yang sudah bergabung dalam bisnis Multi Level Marketing (MLM), dengan 18 triliun rupiah pendapatan yang dihasilkan tahun 2019. Namun situasi pandemi, Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) melihat ada peningkatan jumlah anggota yang bergabung di industri Network Marketing. Ketua umum APLI Kany Soemantoro menjelaskan, bisnis MLM di kuartal 3, 2020, yang tumbuh 10 sampai 20 persen ini dibanding kuartal 2, sejalan dengan pertumbuhan anggota yang bergabung (Lestari, 2021).

PT Natural Nusantara PT Natural Nusantara, biasa disebut PT NASA, adalah badan usaha (perseroan) swasta nasional yang berdiri pada tahun 2002. PT Natural Nusantara adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang pemasaran produk agrokomples (pertanian, peternakan, dan perikanan), kesehatan, dan kosmetik. PT Natural Nusantara melaksanakan usaha berdasarkan surat izin dengan nomor SIUP 503/00182/PM/X/2012. Dalam mendukung proses pemasaran produk, PT Natural Nusantara menerapkan prinsip kerja PPL NASA, yaitu Profit, Pengetahuan, Leluasa, Nama baik, Silaturahmi, dan Amal. Prinsip kerja tersebut diharapkan mampu menciptakan sistem network marketing dalam peningkatan pola pikir, mental, sikap, motivasi, keilmuan, dan permodalan dengan efektif, efisien, dan cepat bagi petani dan peternak.

Dalam mendukung proses pengembangan produk yang dipasarkan, PT Natural Nusantara menerapkan prinsip utama K-3, yaitu Kualitas, Kuantitas, dan Kontinuitas. Berdasarkan aspek tersebut, PT Natural Nusantara terus berupaya dalam menjaga kualitas produk-produk berbasis organik dan mengurangi pemakaian bahan kimia sebagai campurannya. Selain itu, PT Natural Nusantara terus berusaha dalam menjaga jumlah barang yang dipasarkan, sehingga tidak terjadi kelebihan atau kekurangan produk di pasar yang dapat menyebabkan kerugian. PT. Natural Nusantara juga terus menjaga keberlangsungan dan kontinuitas pemasaran produk agar dapat dikonsumsi oleh konsumen. Perusahaan ini mengembangkan teknologi di bidang agribisnis dengan menghasilkan berbagai produk maupun bekerja sama dengan mitra perusahaan, seperti produk pertanian, peternakan, perairan, kesehatan, dan kosmetik. Produk-produk yang diproduksi oleh PT. Natural Nusantara adalah produk-produk yang diolah dan berbahan dasar alami dan mencegah penggunaan bahan kimia, sehingga aman untuk digunakan. Produk pertanian berupa pupuk organik, pembenahan tanah organik, hormon tanaman, dan pengendali hama penyakit alami. Produk peternakan berupa suplemen nutrisi ternak. Produk perikanan berupa suplemen nutrisi ikan dan pembenahan lingkungan kolam. Produk kesehatan berupa teh herbal, kopi percampuran, minuman serbuk, dan lain-lain. Adapun produk kosmetik, seperti masker wajah, sabun pembersih wajah, *lip cream*, dan lain-lain.

PT Natural Nusantara memenuhi syarat MLM berkualitas dengan ketentuan sebagai berikut :



4.1. Memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota untuk berhasil. Dalam PT. Natural Nusantara, memberikan peluang yang sangat lebar kepada semua Mitra Usaha untuk berhasil, dengan sistem marketing yang terencana, level downline bisa lebih tinggi daripada up-linanya tergantung dengan kualitas jaringan yang dimilikinya.

4.2. Keuntungan dan keberhasilan distributor sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja (keras) dalam bentuk penjualan dan pembelian produk dan jasa perusahaan. Dalam PT. Natural Nusantara keuntungan murni di berikan kepada Mitra Usaha yang dapat melakukan penjualan produk.

4.3. Setiap anggota berhak menjadi anggota satu kali. Dalam peraturan dasar PT. Natural Nusantara , Mitra Usaha hanya bisa mendaftarkan sekali seumur hidupnya, dan bisa diperpanjang saat masa kartu anggota kadaluwarsa.

4.4. Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal dan dapat dipertanggungjawabkan karena nilainya setara dengan barang yang diperoleh. Dalam PT. Natural Nusantara biaya pendaftaran relatif sangat murah dan produk serta barang yang di dapatkan nilainya lebih dari biaya pendaftaran.

4.5. Keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya. Dalam PT. Natural Nusantara terdapat marketing plan yang sangat jelas dan adil, bahkan omset global nasional selalu di publish dan diketahui oleh semua Mitra Usaha setiap bulannya.

4.6. Setiap distributor independen dilarang untuk menumpuk barang. Dalam PT. Natural Nusantara dilarang menumpuk barang karena yang terpenting adalah pemakaian produk yang dirasakan manfaat atau khasiatnya secara langsung oleh konsumen.

4.7. Keuntungan yang dinikmati anggota Multi Level Marketing, tidak hanya bersifat finansial tetapi juga non finansial seperti penghargaan, posisi dalam peringkat, derajat sosial, kesehatan, pengembangan karakter, dan sebagainya. Dalam PT. Natural Nusantara setiap beberapa tahun sekali terdapat program *reward* seperti jalan-jalan ke luar negeri dan Umroh. Di masa pandemi seperti ini tidak memungkinkan semua Mitra Usaha untuk mengambil rewardnya, Oleh karena itu PT. Natural Nusantara memberikan kebijakan untuk mencarai nilai rewardnya 50% berupa uang tunai dan 50% berupa produk.

4.8. Perusahaan Multi Level Marketing membina distributornya dalam program pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan. Dalam PT. Natural Nusantara meskipun dimasa pandemi terdapat pelatihan dan bimbingan secara *online*.

4.9. Dalam sistem Multi Level Marketing pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting untuk disampaikan kepada konsumen. Dalam PT. Natural Nusantara meskipun dimasa pandemi terdapat pelatihan dan bimbingan *product knowledge* secara *online*.

4.10. Setiap sponsor atau up-line berkepentingan untuk meningkatkan kualitas distributor di jaringannya. Dalam PT. Natural Nusantara up-line berperan sangat aktif dalam mensupport perkembangan Bisnis mulai dari pendampingan dan pembinaan intensif.

4.11. Pembagian komisi atau bonus biasanya dilakukan sebulan sekali. Dalam PT. Natural Nusantara pembagian produk setiap tanggal 20 setiap bulannya kepada seluruh Mitra Usaha sesuai dengan ketentuan *marketing plan*.

4.12. Produk yang di jual belikan bersertifikat halal , berkualitas dan harga yang masuk akal. Dalam PT. Natural Nusantara semua produknya bersertifikat halal dan diawasi oleh BPOM, dengan harga yang relatif murah.

Di tengah badai ekonomi dimana masyarakat banyak terkena dampak ekonomi yang luar biasa, Bisnis *Network Marketing* menganggap hal ini sebagai potensi baru dikarenakan banyak karyawan yang kehilangan pekerjaan mereka mulai memandang untuk melakoni usaha *network marketing*. Ibu Umi Toharoh menjelaskan saat wawancara , dimasa pandemi justru penambahan member yang bergabung di PT. Natural Nusantara naik sampai 3 kali lipat sebelum pandemi berlangsung salah satu faktor penyebabnya karena kondisi ekonomi dan banyak yang menganggur sehingga memutuskan untuk mencari penghasilan tambahan dengan bergabung menjadi Mitra Usaha PT. Natural Nusantara (Toharoh, 2021).

PT. Natural Nusantara mengalami dampak pandemi covid 19. Tidak sedikit anggota nya yang berhenti karena daya beli konsumen yang menurun akibat pandemi covid 19. Terutama anggota-anggota belum memiliki pelanggan yang tetap. Walaupun anggota lama banyak yang berhenti, anggota baru juga lebih banyak lagi yang bergabung. Masyarakat yang kehilangan pekerjaan di masa pandemi covid 19 banyak yang tertarik untuk bergabung ke dalam bisnis MLM PT. Natural Nusantara. Beberapa alasan mereka untuk bergabung dengan PT. Natural Nusantara diantaranya: (1) Tidak memerlukan modal yang besar. PT Natural Nusantara menawarkan pendaftaran dengan biaya sangat terjangkau. (2) Bisnisnya MLM PT. Natural Nusantara bisa dikerjakan secara online melalui berbagai social media. Order barang bisa dilakukan dari rumah saja, dan dikirimkan langsung oleh Perwakilan Kantor PT. Natural Nusantara. (3) Produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan sekarang yakni produk-produk untuk kekebalan tubuh. (NASA, 2021)

5. Kesimpulan

Pandemi covid-19 di Indonesia terjadi mulai tahun 2020 sampai sekarang dan memberikan dampak yang luar biasa terhadap ekonomi di Indonesia. Di samping banyak sekali masyarakat yang kehilangan pekerjaannya dan bangkrut bisnisnya, MLM PT. Natural Nusantara memberikan peluang usaha untuk memberikan solusi kepada masyarakat yang membutuhkan penghasilan tambahan. Bisnis yang bisa dikerjakan online dan dijalankan dari mana saja menjadikan masyarakat mulai melirik Bisnis MLM yang terbukti masih tetap eksis di tengah pandemi covid-19. Hal ini terbukti dari terus bertambahnya anggota baru setiap bulannya. Dengan banyaknya keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan penelitian berikutnya tidak hanya studi kasus pada satu perusahaan saja, tapi bisa beberapa perusahaan MLM lain nya supaya dapat menganalisis lebih dalam lagi terkait Peluang Bisnis Network Marketing Dimasa Pandemi covid-19.

Bibliografi

Arikunto, Suharsimi. (1993), *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Lestari, Putu Astri. (2021), Peluang Bisnis Multi Level Marketing Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus: PT Orindo Alam Ayu, *Jurnal Imagine* Vol. 1, No 1.

Marimin Agus, dkk. (2016), Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02, No. 02.

Rahmawaty, Anita. (2014), Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Equilibrium*, Volume 2, No.1.

Sugiyono. (2009), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumadi. (2006), *Metodologi Penelitian; Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University PresS.

Dewi Rina Cahyani, “Dampak Corona, 3,05 Juta Orang Terkena PHK Hingga Juni”, *Tempo.Co* 8 Juni 2020 (Di akses pada tanggal 23 Agustus 2020)

Fadhly Fauzi Rachman. (2020), “Mendag Sebut MLM Bisa Dongkrak Ekonomi di Tengah Pandemi”,, *Detik Finance*, Rabu 28 Oktober 2020. (Di akses pada Senin , 23 November 2020 pukul 13:25 WIB)

Sumber Data Di akses dari Kantor PT Natural Nusantara:

Wawancara dengan Ibu Umi Toharoh salah satu leader PT Natural Nusantara pada tanggal 23 Agustus 2021, pukul 12:09 WIB

Wawancara dengan bagian humas PT Natural Nusantara pada tanggal 25 Agustus 2021, pukul 14:09 WIB