



ABSTRACT

Many previous research regarding trading models focused on profit that is obtained individually by traders such as retail profit. However, research about trading model in achieving profit collectively such as MLM trading model that is used by large industry from Anthropology perspective is very rare. Therefore, the objective of this study is to expose politics of cooperation of MLM business practitioners in achieving their wealth and high class reputation and its impacts. Qualitative study and ethnography method were used in this study. This study was conducted in Surabaya, East Java. Three MLM companies were examined which are Amway, Tianshi, and UFO. Informants were selected by purposive. Data were collected by observation, participation observation, and in-depth interviews and were analyzed by ethnography analyses. The results of this study show that MLM business from Anthropology perspective can be conceptualized as a behavioral phenomenon to build network groups with 1) presentation to recruit and train MLM new members and to duplicate millionaires/billionaires behaviors through politics of ideology constructions MLM business as fake awareness (marketing plan) from support “exploiting” system, 2) exploiting and utilizing working hours of network groups members, 3) politics of collective cooperation that are exploitative and manipulative from high levels and millionaires/billionaires to network groups members to achieve wealth and high socioeconomic class. Therefore, marketing plan is made and used by MLM companies as large industry to exploit and manipulate its members in achieving value-added. Marketing plan can be “manipulated and arranged” by MLM business practitioners when they reach their group’s turnover target. The results of politics of exploitative and manipulative cooperation is that MLM business practitioners can achieve high socioeconomic class and reputation through level breakthrough, internal conflicts of MLM companies, and unsuccessful MLM members move to another MLM company.

Keywords: MLM business practitioners, marketing plan, politics of exploitative cooperation, high-class reputation



INTISARI

Berbagai penelitian model perdagangan selama ini lebih membahas isu tentang profit yang diperoleh pelaku ekonomi secara individual seperti profit eceran. Penelitian yang membahas model perdagangan untuk memperoleh profit secara kolektif seperti model perdagangan *Multi Level Marketing* yang digunakan industri besar dalam perspektif Antropologi belum banyak dilakukan. Karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengungkap politik kerja *keroyokan*/kooperasi dari pelaku bisnis MLM dalam mencapai kekayaan dan reputasi kelas atas serta hasil politik kerja *keroyokan* tersebut. Pendekatan kualitatif dan metode etnografi digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan di Kota Surabaya, Jawa Timur. Ada tiga perusahaan MLM yang diteliti yaitu Amway, Tianshi dan UFO. Informan ditentukan secara purposive. Teknik pengumpulan data dengan observasi, observasi partisipasi, wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan analisis etnografi. Bisnis *Multi-Level Marketing* dalam perspektif Antropologi dari hasil studi ini dikonsepsikan penulis sebagai fenomena perilaku membangun grup jaringan dengan pertama; presentasi untuk merekrut dan melatih anggota MLM baru dan menduplikasikan perilaku jutawan/miliarder melalui politik konstruksi ideologi bisnis MLM sebagai kesadaran palsu (*marketing plan*) dari *support "exploiting" system*, kedua; mengeksploitasi dan memanfaatkan jam kerja anggota grup jaringan dan ketiga; politik kerja *keroyokan*/kooperasi yang eksploitatif dan manipulatif dari peringkat atas dan jutawan/miliarder kepada anggota grup-grup jaringannya untuk meraih kekayaan dan reputasi kelas sosial ekonomi atas. Dengan demikian *marketing plan* dibuat dan digunakan perusahaan MLM sebagai industri besar untuk mengeksploitasi dan memanipulasi anggotanya dalam meraih nilai lebih. *Marketing plan* dapat dimainkan dan diatur oleh pelaku bisnis MLM ketika mencapai target omzet grup. Hasil politik kooperasi yang eksploitatif dan manipulatif ini adalah pelaku bisnis MLM meraih reputasi baik sebagai kelas sosial ekonomi atas melalui terobosan peringkat, konflik internal perusahaan MLM, dan pelaku bisnis MLM kurang berhasil sehingga mereka mundur tanpa berita, "selingkuh" dan *bedhol desa* ke MLM lain.

Kata kunci: pelaku bisnis MLM, *marketing plan*, politik kooperasi eksploitatif, reputasi kelas atas