



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
INTISARI	xiv
BAB I. PENGANTAR	
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Permasalahan Penelitian	7
I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
I.4. Tinjauan Pustaka	8
I.5. Landasan Teori	13
I.5.1. Ekonomi Politik dan Pengaruh Ideologi Materialisme	13
I.5.2. Politik Mikro untuk Meraih Reputasi	22
I.6. Metode Penelitian	28
I.7. Analisis Data	39
BAB II. KONTROVERSI DAN KEBIJAKAN BISNIS MLM DI INDONESIA	41
II.1. Asal Usul Bisnis MLM dan Kebijakan Bisnis MLM di Indonesia	42
II.1.1. Asal Usul Amway	48
II.1.2. Asal Usul Tianshi.....	50
II.1.3. Asal Usul UFO	53
II.2. Perbedaan dan Persamaan Amway, Tianshi, UFO	54
II.3. Kontroversi Bisnis MLM Legal dan Ilegal	58
II.4. Perubahan Kebijakan Bisnis MLM	63
BAB III. BABAT ALAS WIRAUSAHA PELAKU BISNIS MLM DI KOTA SURABAYA	68
III.1. Babat Alas Wirausaha/Bisnis MLM	69
III.2. Kondisi Sosial Budaya Ekonomi dan Infrastruktur sebagai Pendukung Bisnis MLM di Kota Surabaya	78
III.3. Respons Masyarakat Surabaya terhadap Bisnis MLM	87



BAB IV. POLITIK BISNIS EKSPLOITATIF PERUSAHAAN MLM DALAM MERAHAI NILAI LEBIH	92
IV.1. Membentuk WFDSA/ <i>World Federation of Direct Selling Associations</i>	93
IV.2. Mengeksploitasi Perusahaan MLM Lain Melalui APLI	96
IV.3. Melakukan Kunjungan ke Pemerintah Indonesia	112
IV.4. Memanfaatkan Kantor Distribusi Produk dan Bonus	116
IV.5. Memanipulasi Biaya Pendaftaran dan Memecat Anggota	124
IV.6. Mengeksploitasi Anggota MLM melalui <i>Marketing Plan</i> untuk meraih Nilai Lebih	129
IV.7. Memperkuat Kooperasi dengan <i>Support “Exploiting” System</i>	140
IV.8. Menambah Nilai Lebih dari Swalayan MLM	147
IV.9. Menduplikasi Iklan MLM Secara <i>Gethok Tular</i>	149
BAB V. POLITIK KOOPERASI DALAM KONSTRUKSI IDEOLOGI BISNIS MLM MELALUI <i>SUPPORT</i> “<i>EXPLOITING</i>” SYSTEM	153
V.1. Kejutan Belajar Ideologi Bisnis MLM Sebagai “Seperangkat Sistem Gagasan”	154
V.2. Posisi Anggota MLM dan Pendapatan Pasif	162
V.3. <i>Marketing Plan</i> dan Manfaat Kolektifnya	167
V.4. Pengembangan Diri dan <i>Leadership</i>	175
V.5. Belajar melalui Bacaan Berpikir Positif Sambil Praktik	187
V.6. Menentukan dan Meraih Impian dengan Duplikasi	189
V.7. Testimoni Produk MLM dalam Perspektif Antropologi Kesehatan	200
BAB VI. MEMBANGUN GRUP JARINGAN DENGAN POLITIK KERJA <i>KEROYOKAN/KOOPERASI</i> EKSPLOITATIF	202
VI.1. Mengeksploitasi dengan Memanfaatkan Jam Kerja Anggota Grup Jaringan	204
VI.2. Mempromosikan Pihak Ketiga (Jutawan/Miliarder)	206
VI.3. Membangun Aset dari Pertemuan ke Pertemuan Melalui Jaringan Kekerabatan/Pertemanan	208
VI.4. Mempromosikan dan Memanipulasi “Panggung Kemenangan” ..	210
VI.5. Mengikat Anggota MLM	220
VI.6. Mengundang Paksa Kerabat/Teman ke Seminar Bisnis MLM ...	221
VI.7. Berlangganan dan Membeli kaset/CD Informasi Ideologi Bisnis MLM	225
VI.8. Menjual Tiket Seminar dan Pelatihan secara <i>Keroyokan</i>	232
VI.9. Pembagian Kerja melalui Pencapaian Target Omzet Grup	238
VI.10. Menginvestasikan Modal Tiap Bulan untuk Belanja Produk	254



BAB VII. HASIL POLITIK KERJA	258
KEROYOKAN/KOOPERASI PELAKU BISNIS MLM	
VII.1. Meraih Kelas Sosial Atas dan Reputasi Baik melalui Terobosan Peringkat	259
VII.2. Konflik Internal Perusahaan MLM	270
VII.2.1. Konflik Antar Anggota MLM Dalam Satu Grup Jaringan.....	270
VII.2.2. Konflik Antar Grup Jaringan Dalam Satu <i>Support System</i> dan antar <i>Support System</i>	273
VII.2.3. Konflik Antar Stokis.....	282
VII.3. Kurang Berhasil Kerja <i>Keroyokan</i> : “Muntaber”, “Selingkuh”/ <i>Bedhol Desa</i> ke MLM Lain.....	284
BAB VIII. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	293
VIII.1 Kesimpulan.....	293
VIII.2 Rekomendasi	298
DAFTAR PUSTAKA	300
LAMPIRAN	