

Em.  
658.89.  
Wul.  
a  
99.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERHASILAN  
MULTI LEVEL MARKETING AMWAY  
DI KODYA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



**PERPUSTAKAAN**

No. INV.	502/E/C1.
Th. Angg.	1998/1999 Cat : COM 99
PARAP.	WAWAM. TGL. 13-3-1999.

Oleh :

Nama : Theresia Sari Wulandari  
NIM : 93.30.1634  
NIRM : 93.6.111.02016.50149  
Jurusan : Manajemen

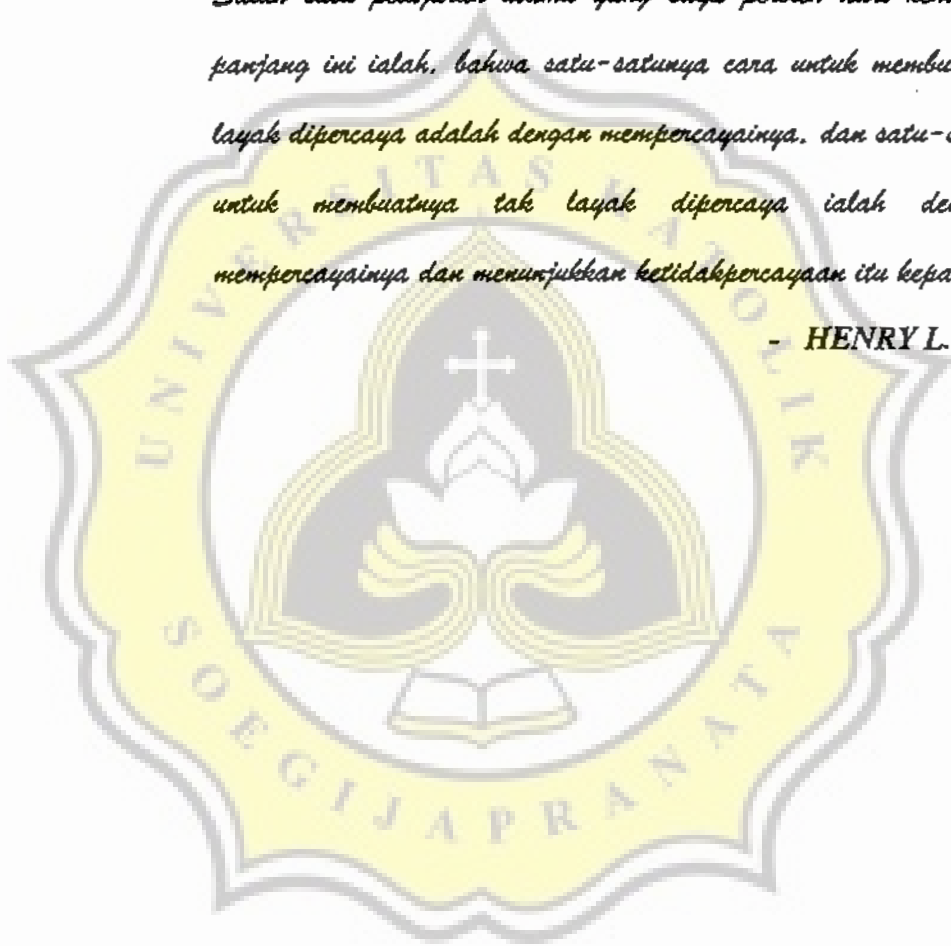
**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

1999

**MOTTO :**

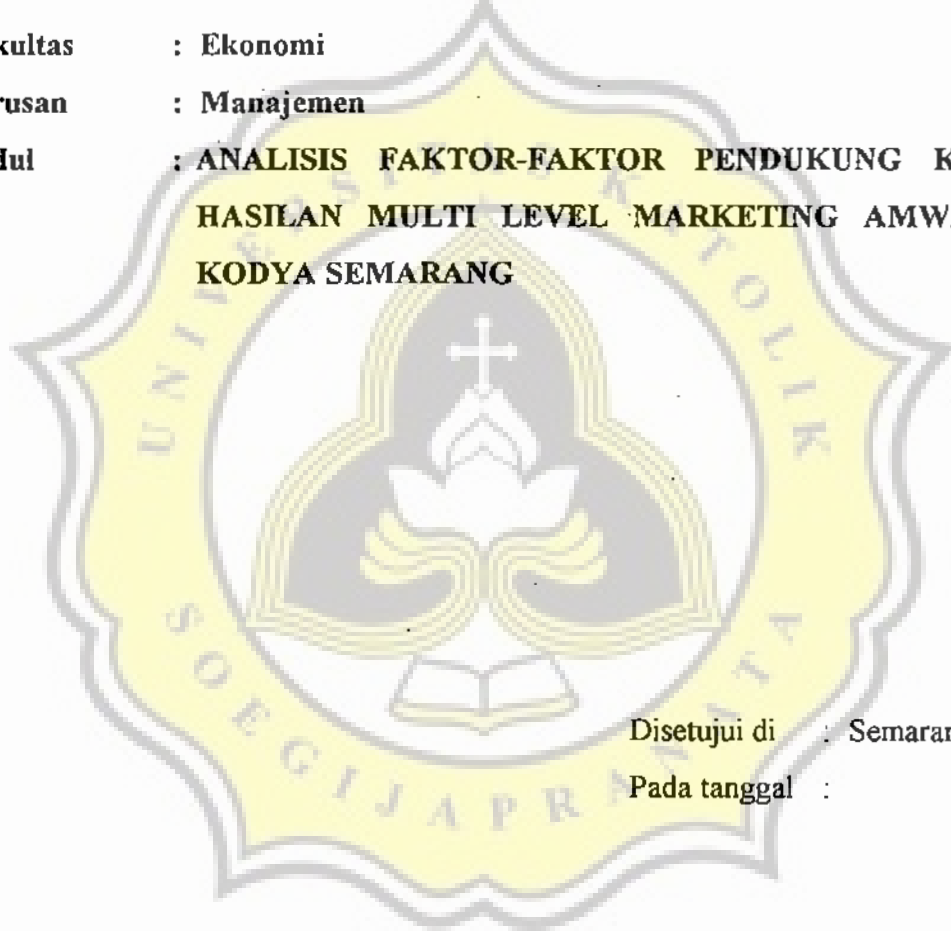
*Salah satu pelajaran utama yang saya peroleh dari kehidupan yang panjang ini ialah, bahwa satu-satunya cara untuk membuat seseorang layak dipercaya adalah dengan mempercayainya, dan satu-satunya cara untuk membuatnya tak layak dipercaya ialah dengan tidak mempercayainya dan menunjukkan ketidakpercayaan itu kepadanya.*

**- HENRY L. STIMSON**



## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA** : THERESIA SARI WULANDARI  
**NIM** : 93.30.1634  
**NIRM** : 93.6.111.02016.50149  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Jurusan** : Manajemen  
**Judul** : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERHASILAN MULTI LEVEL MARKETING AMWAY DI KODYA SEMARANG**



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal :

Pembimbing I

(Drs. Heru Sutantio)

Pembimbing II

(Drs. Theodorus Sudimin, MS)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERHASILAN MULTI LEVEL MARKETING AMWAY DI KODYA SEMARANG**

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji pada :

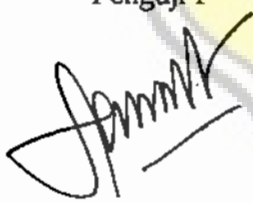
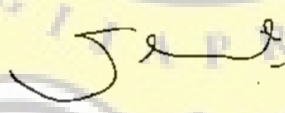

Hari : Jum'at  
Tanggal : 12 Februari 1999

Yang bertanda tangan di bawah ini :

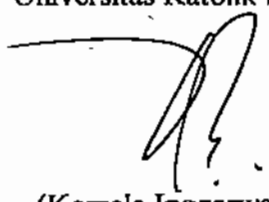
Penguji I

Penguji II

Penguji III

  
(Sentot Suciarto A. PhD)  (Dra. Rustina Untari, MSIE)  (Drs. B. Junianto Wibowo, MSM)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

  
(Komala Inggarwati, SE, MM)

## ABSTRAK

Di tengah krisis ekonomi yang berkepanjangan ini, banyak perusahaan yang gulung tikar, akibatnya jumlah pengangguran pun bertambah banyak, tetapi hal ini tidak membuat mereka yang di PHK putus asa. Mereka berusaha untuk membuka lapangan usaha sendiri dengan bermodalkan pesangon yang mereka dapatkan, tetapi hal ini juga menjadi kendala bagi mereka yang mempunyai pesangon hanya pas-pasan, karena pada kenyataannya untuk membuka usaha baru bukan suatu hal yang mudah. Selain dibutuhkan modal yang besar, risiko pun besar juga banyaknya persaingan dengan munculnya usaha-usaha baru yang semakin marak.

Dengan adanya faktor-faktor tersebut mendorong mereka untuk mempunyai usaha sendiri tanpa harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk memulai usaha dengan penghasilan yang mereka inginkan. Bentuk bisnis semacam itu ditawarkan oleh Multi Level Marketing ( MLM ) Amway yaitu sistem pemasaran berjenjang ganda. Di Indonesia praktek MLM sudah banyak dilakukan oleh perusahaan yang menjual produk terutama yang berkaitan dengan Consumer Good.

Perusahaan Amway sebagai salah satu perusahaan MLM di Indonesia yang berasal dari Amerika Serikat merupakan perusahaan besar ke dua di Indonesia. Di Amerika Amway memiliki fasilitas penelitian, kantor, pabrik dan gudang dengan produknya yang bermacam-macam seperti pembersih alat-alat rumah tangga, pembersih mobil, makanan kesehatan sampai dengan kosmetik dan masih banyak lagi. Di seluruh dunia, Amway memiliki kesuksesan yang langgeng, karena konsistensi mutu produknya yang prima. Seluruh penjualan didukung 100% jaminan uang kembali demi kepuasan pelanggan. Pada tanggal 5 Juni 1989 Amway menerima Piagam Penghargaan United Nations Environmental Achievement Award dari Perserikatan Bangsa – Bangsa untuk prestasinya di bidang Lingkungan Hidup. Amway merupakan perusahaan ke dua yang pernah meraih penghargaan tinggi ini untuk komitmennya terhadap perlindungan lingkungan hidup di seluruh dunia. Amway adalah pioner dalam memperkenalkan produk pembersih “Biodegradable”. Amway menyadari pentingnya tindakan penyelamatan planet kita jauh sebelum hal ini umum dilakukan. Metode pemasaran yang digunakan adalah Direct Person to person Marketing (Pemasaran dari orang ke orang).

Pada tahun 1992 Amway mulai memusatkan perhatian ke Indonesia, terbukti dengan diresmikannya kantor pusat Amway di Jakarta oleh Menteri Perdagangan Bapak Arifin Siregar pada tanggal 15 Juli 1992. Investasi yang diperlukan untuk menjadi distributor dalam bisnis ini cukup dengan membeli perangkat pemula atau Starter Kit. Perangkat pemula ini berisi beberapa produk dan literatur penting sebagai pedoman membangun bisnis Amway. Di dalamnya termasuk juga majalah internal Amagram yang akan dikirim setiap bulan. Sebagai distributor banyak keuntungan yang akan diraih yaitu akan mendapat keuntungan margin, karena membeli produk Amway dengan harga distributor dan menjualnya kembali ke konsumen dengan harga eceran. Sejalan dengan perkembangan bisnis ini, baik melalui peningkatan penjualan produk maupun pengembangan jaringan, akan didapat potongan harga berdasarkan volume transaksi pembelian. Semakin besar volume semakin besar rabat atau potongan harga yang diterima. Pendapatan usaha didasarkan pada akumulasi angka

setiap bulan. Setiap poduk dibagi ke dalam 2 jenis nilai : Nilai Angka Point Value (PV) dan Jumlah Usaha – Business Volume ( BV ), mengingat mata uang Rupiah yang cenderung berubah-ubah nilainya terhadap penyesuaian biaya produksi. Pada kenyataannya BV dapat lebih tinggi daripada PV. Total Nilai Angka ( PV ) dari semua produk yang dibeli dari PT. Amindoway Jaya ( Amway ) selama dalam satu bulan tertentu menentukan persentase jumlah Potongan Harga ( Volume Rebate ) untuk bulan tersebut. Kita akan menerima persentase atas Jumlah Usaha ( BV ) kita untuk bulan tersebut. Seperti yang kita lihat semakin besar total bulanan Nilai Angka ( PV ) yang kita kumpulkan semakin besar Jumlah Potongan Harga yang kita terima. Jumlah Potongan Harga ( Volume Rebate ) tidak hanya didasarkan pada Jumlah Usaha ( BV ) bulanan yang diraih oleh distributor itu sendiri, tetapi juga didapat dari penjualan bulanan yang dilakukan oleh para distributor yang disponsori. Jumlah Potongan Harga ( Volume Rebate ) yang didapat oleh mereka yang kita sponsori, dibayarkan dari Jumlah Potongan Harga ( Volume Rebate ) yang kita terima. Sebagai penghargaan untuk usaha yang sangat berhasil disediakan sebuah sistem untuk Jumlah Potongan Harga ( Volume Rebate ), penghargaan-penghargaan dan plakat sebagai penghormatan untuk usaha yang sangat berhasil. Dalam sistem ini terdapat peringkat yang berbeda-beda.

Seperti yang sudah dijelaskan di depan, bahwa banyak sekali keuntungan yang dapat diraih apabila bergabung dengan Multi Level Marketing antara lain tidak mengandung resiko dan hanya memerlukan modal sedikit, begitu pula dengan Amway yang menawarkan berbagai macam kesempatan untuk mendapatkan penghasilan yang diinginkan juga penghargaan yang diberikan kepada distributor yang berhasil, dimana tidak terdapat dalam bisnis lain. Di lain pihak dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh Amway, justru banyak distributor yang tidak berhasil dalam menjalankan bisnis Amway. Hal ini disebabkan karena distributor merasa diberikan banyak kemudahan, sehingga mereka tidak bekerja keras dan menjalankan sistem sebagai mana mestinya dalam bisnis ini, selain itu ada faktor-faktor yang menyebabkan mereka tidak berhasil antara lain faktor produk, harga, sistem dan sikap dari distributor yang menjadi kendala bagi keberhasilan distributor Amway itu sendiri.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan alat analisis Chi Square dengan mengambil sampel sebanyak 87 distributor atau responden yang berhasil dan tidak berhasil berdasarkan kriteria yang sudah dijelaskan, maka terbukti bahwa produk, harga, sistem dan sikap distributor mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan distributor Amway. Faktor produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan distributor Amway. Hal ini terlihat dari uji hipotesis yang dilakukan yaitu  $\chi^2$  hitung  $\geq \chi^2$  tabel sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keberhasilan distributor. Produk Amway terbukti merupakan produk yang bermutu tinggi dan memenuhi standar konsumen. Produk Amway memperhatikan konsistensi mutu dari produknya sehingga kualitas dari produknya tetap terjaga, sehingga kualitasnya tidak menurun. Kualitas dari produknya juga terlihat dari kepeduliannya terhadap lingkungan sehingga pernah mendapatkan Penghargaan dari Perserikatan Bangsa – Bangsa berkat produknya yang sangat ramah lingkungan. Dilihat dari kemasannya produk Amway mempunyai kemasan yang aman karena terbuat dari bahan yang tidak mudah pecah dan dilihat dari bentuk kemasannya juga menarik

terutama untuk parfum yang dikemas secara eksklusif, juga untuk produk kosmetik mempunyai bentuk kemasan yang terlihat cantik. Hal ini membuktikan bahwa produk Amway juga memperhatikan kemasan produk selain kualitasnya. Di lain pihak produk Amway juga mempunyai bermacam-macam variasi produk antara lain produk peralatan rumah tangga, perawatan tubuh, perawatan mobil, kosmetik sampai dengan makanan tambahan, sehingga memudahkan konsumen yang membutuhkan. Produk Amway juga dikenal sangat irit pemakaiannya dibandingkan produk lain.

Selain produk harga juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan distributor karena produk Amway dengan kualitas yang bagus mempunyai harga yang tergolong mahal, sehingga hal ini membuat konsumen enggan untuk membeli produk Amway walaupun kualitasnya bagus, apalagi dengan adanya krisis ekonomi seperti saat ini, karena rata-rata konsumen di Indonesia lebih suka produk yang harganya murah dan terjangkau walaupun kualitasnya juga belum tentu dapat dipertanggungjawabkan. Mereka belum menyadari bahwa kualitas sangat penting dalam memilih suatu produk. Padahal kalau dihitung dengan cermat maka produk Amway menjadi lebih murah dari produk lain karena pemakaiannya sangat irit, sehingga hal ini mempengaruhi besar omzet dari distributor, karena persentase pembelian dari konsumen yang kecil, sehingga mempengaruhi keberhasilan distributor. Sistem dari Amway mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan karena sistem yang kurang baik akan membuat distributor tidak efisien dalam menjalankan bisnisnya, sehingga akan menghambat perkembangan bisnisnya. Hal-hal yang menghambat antara lain banyaknya pertemuan yang dihadiri sehingga menyita banyak waktu dan biaya. Supaya lebih efisien maka harus selektif dalam mengadakan pertemuan dan selektif dalam menghadiri pertemuan. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap keberhasilan distributor.

Sikap dari distributor mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan distributor Amway karena sikap sangat menentukan langkah apa yang akan dilakukan oleh distributor dan sikap apa yang akan diambil. Sikap tersebut antara lain adalah ketekunan, konsisten, mempunyai komitmen untuk berhasil, mempunyai keinginan, menentukan sasaran yaitu apa yang diinginkan dari bisnis ini karena sasaran merupakan hal yang penting untuk menuju sukses. Bagaimana kita dapat berhasil kalau kita tidak mengetahui apa yang kita kehendaki, bersikap positif, antusias, berpikir luas, mempunyai profesionalisme karena kita menjalankan suatu bisnis dimana kita bekerja dalam suatu tim dengan orang-orang yang kita sponsori, mempunyai motivasi untuk mendorong ke arah sasaran-sasaran kita, bersikap jujur dimana kita harus jujur terhadap diri kita sendiri dan terhadap kelompok kita, yakin terhadap produknya atau pemakai produk 100%, karena dengan memakai kita dapat merasakan langsung manfaat yang diperoleh sehingga kita bisa menceritakan kepada orang lain.

Di sini terlihat bahwa sikap sangat mempengaruhi keberhasilan distributor. Dari hasil analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada umumnya masyarakat Indonesia belum bisa menerima sistem yang digunakan oleh MLM khususnya Amway, selain itu sebagian besar orang merasa gengsi jika menjalankan bisnis Amway karena mereka beranggapan bahwa dirinya hanyalah seorang sales yang dipekerjakan untuk menjual produk. Rata-rata masyarakat atau konsumen di Indonesia melihat suatu produk dan tertarik untuk membelinya berdasarkan pada harga yang murah dan kulit luarnya terlihat menarik, tetapi tidak melihat kualitas dari produk tersebut.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan rahmat dan karunia –Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari segenap pihak, baik berupa nasehat, petunjuk, penjelasan maupun bimbingan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Heru Sutantio selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan memberikan bimbingan, nasehat serta pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Drs. Theodorus Sudimin, MS selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Andi dan Ibu Wiwik Permadi, selaku Distributor Amway Semarang yang telah berkenan memberikan data-data dan petunjuk mengenai perusahaan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan dasar-dasar disiplin ilmu dengan penuh tanggung jawab selama penulis menempuh kuliah.



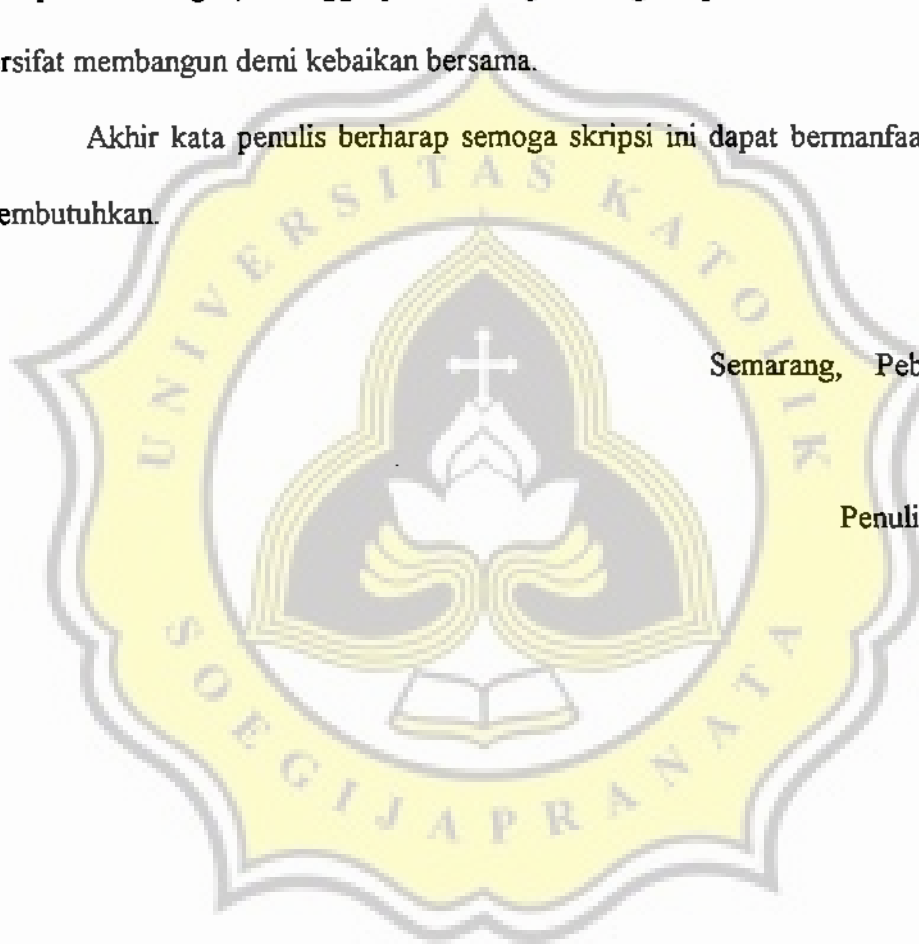
6. Kepada partner saya yang selama ini telah banyak memberikan dukungan dan berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna serta banyak terdapat kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun demi kebaikan bersama.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Semarang, Pebruari 1999

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	9
1.5. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2. Konsep pemasaran dan Orientasi Pasar Konsumen.....	14
2.1.3. Pengertian Pemasaran Langsung.....	16

2.1.4. Pengertian Multi Level Marketing.....	22
2.1.5. Jenis-Jenis Pendapatan.....	23
2.1.6. Perbedaan Umum Multi Level Marketing dengan Bisnis Konvensional.....	24
2.1.7. Keunggulan Bisnis Multi Level Marketing.....	26
2.1.8. Membangun Bisnis MLM Yang Sukses.....	30
2.2. Kerangka Pikir.....	37
2.3. Hipotesis.....	37
2.4. Definisi Operasional.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1. Lokasi Penelitian.....	40
3.2. Populasi dan Sampel.....	40
3.3. Jenis Data.....	41
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5. Pengujian Questioner.....	43
3.6. Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	59
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....	63
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Produk, Harga, Sistem dan Sikap Distributor.....	63

4.2.2. Analisis Uji Hipotesis.....	66
BAB V PENUTUP .....	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.01	Perbedaan Sistem MLM, Selling Concept, Marketing Concept dan Product Concept ..... 3
Tabel 1.02	Perusahaan MLM di Indonesia beserta omzet dan jaringannya ..... 5
Tabel 2.01	Perbedaan Umum MLM dan Konvensional Marketing ..... 26
Tabel 3.01	Kriteria Distributor yang Berhasil dan Tidak Berhasil..... 41
Tabel 3.02	Hasil Uji Validitas Kuesioner ..... 44
Tabel 4.01	Daftar Jumlah Potongan harga Volume Rebate Shedule..... 56
Tabel 4.02	Umur Responden..... 59
Tabel 4.03	Jenis Kelamin Responden..... 60
Tabel 4.04	Pekerjaan Responden..... 60
Tabel 4.05	Tingkat Pendapatan Responden..... 61
Tabel 4.06	Keaktifan Distributor Amway..... 62
Tabel 4.07	Pendapat dan Tanggapan Distributor Terhadap Produk..... 63
Tabel 4.08	Pendapat dan Tanggapan Distributor Terhadap Harga ..... 64
Tabel 4.09	Pendapat dan Tanggapan Distributor Terhadap Sistem..... 65
Tabel 4.10	Pendapat dan Tanggapan Distributor Terhadap Sikap Distributor .. 65

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.01 Pemilik pabrik – Grosir – Pengecer besar dan Kecil – Konsumen ...	20
Gambar 2.02 Produsen Penjualan Langsung – Konsumen .....	20
Gambar 2.03 Produsen – Pembicaraan telpon langsung – Konsumen.....	21
Gambar 2.04 Produsen – Periklanan, kiriman langsung, katalog – Konsumen.....	21
Gambar 2.05 Produsen – Distributor – Distributor – Konsumen.....	22



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 01 Kuesioner
- Lampiran 02 Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 03 Hasil Analisis Data
- Lampiran 04 Tabel Uji r Product Moment
- Lampiran 05 Tabel Chi Square ( $X^2$ )
- Lampiran 06 Daftar Produk Amway

