

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses perubahan kondisi secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Suatu perekonomian dikatakan mengalami suatu perubahan akan perkembangannya apabila tingkat kegiatan ekonomi lebih tinggi daripada yang dicapai pada masa sebelumnya. Keberhasilan pembangunan suatu negara dapat dilihat dari tingkat pertumbuhannya. Oleh sebab itu, setiap negara selalu menetapkan target tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi di dalam perencanaan dan tujuan pembangunan negaranya. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi utama bagi kelangsungan pembangunan ekonomi. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya. Oleh karena itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk atau jasa harus membutuhkan konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan hasil produk yaitu melalui kegiatan promosi. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Maka peranan promosi berguna untuk memperkenalkan produk atau jasa serta mutunya kepada masyarakat, memberitahukan kegunaan dari barang atau jasa tersebut kepada masyarakat serta cara penggunaannya, dan memperkenalkan barang atau jasa baru. Oleh karena itu menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat

memenuhi sasaran yang efektif. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan, dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan.

Seiring dengan semakin pesatnya persaingan bisnis saat ini, mengakibatkan beberapa perusahaan dapat mengalami penurunan omset penjualan. Oleh karena itu berdasarkan wawancara awal yang saya lakukan dengan salah satu pimpinan cabang PT Melia Sehat Sejahtera Palembang, bahwa dengan semakin pesatnya persaingan bisnis maka PT Melia Sehat Sejahtera melakukan suatu gerakan ekonomi yang sedang berkembang pesat saat ini yaitu dengan menerapkan sistem Multi level Marketing (MLM).

Multi Level Marketing (MLM) seringkali dikaitkan dengan sebuah formula untuk mendapatkan kekayaan secara cepat dan mudah. Pandangan seperti ini muncul karena salah satunya akibat dari beberapa penawaran usaha-usaha MLM yang menghubungkan hal ini dengan cara cepat dan mudah untuk mendapatkan kekayaan. Akhirnya banyak orang yang menganggap hal ini sebagai suatu kebenaran. Sebenarnya, bukan sebuah formula ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah, hanya saja sistem yang digunakan untuk memasarkan suatu produknya berbeda dengan cara-cara konvensional, dimana dengan menggunakan sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dan keuntungan yang lebih baik bagi yang menjalankan sistem tersebut.

Pada PT Melia Sehat Sejahtera, sistem multilevel yang digunakan dalam memasarkan produk juga sama seperti sistem multilevel marketing umumnya, hanya saja perusahaan ini tidak menggunakan sistem tutup point ataupun belanja ulang. Kegiatan yang dilakukan juga sangat mudah sehingga mempermudah member untuk meningkatkan penghasilan. Jika semakin banyak member maka semakin besar penghasilan yang akan di dapat. Selain itu perusahaan juga menyediakan website pribadi untuk tiap-tiap member agar mempermudah untuk memantau kegiatan yang di lakukan member yang ada pada jaringan masing-masing. Namun dengan semakin besarnya penghasilan yang didapat, sering masyarakat masyarakat menganggap bahwa sistem multilevel marketing yang

dilakukan PT Melia tidak baik. Hal tersebut terjadi karena banyak masyarakat yang belum memahami bagaimana sistem multi level marketing pada PT Melia Sehat Sejahtera. Sehingga hal tersebut dapat menjadi suatu penghalang bagi PT Melia Sehat Sejahtera dalam merekrut member baru. Untuk itu penulis tertarik membahas sistem multi level marketing dan upaya perekrutan member yang dilakukan PT Melia Sehat Sejahtera agar dapat menciptakan persepsi positif terhadap masyarakat. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Tinjauan Terhadap Sistem *Multi Level Marketing* dan Perekrutan Member pada PT Melia Sehat Sejahtera”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas adalah Bagaimana sistem *multi level marketing* dan upaya dalam perekrutan member pada PT Melia Sehat Sejahtera?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk memberikan batasan dalam penulisan ini agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka ruang lingkup pembahasan yang akan penulis kemukakan adalah mengenai sistem *multi level marketing* dan upaya perekrutan member pada PT Melia Sehat Sejahtera Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan

- a) Untuk mengetahui sistem *multi level marketing* yang dilakukan PT Melia Sehat Sejahtera dalam memasarkan produk.
- b) Untuk mengetahui cara perekrutan member yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera.

1.4.2 Manfaat

- a) Bagi Penulis
Untuk mengetahui bagaimana sistem pemasaran *Multi Level Marketing* yang dilakukan PT Melia Sehat Sejahtera dalam memasarkan produknya dan perekrutan member.

b) Bagi Perusahaan

Laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan positif bagi pihak PT Melia Sehat Sejahtera cabang Palembang dalam melakukan sistem *multi level marketing* yang sesuai dan mengetahui cara-cara terbaik untuk merekrut member baru.

c) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian yang sama.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengambil penelitian di PT Melia Sehat Sejahtera di bagian *marketing* di Jalan Basuki Rahmat No. 2069 D (Depan BLPT), 20 Ilir D II, Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30128. Adapun ruang lingkup dari penelitian ini yaitu sistem pemasaran *multi level marketing*.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir ini menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya tersebut yaitu:

a. Data Primer

Menurut Kuncoro (2013:157), data Primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Yusi dan Idris (2009:103), data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Seperti hasil

wawancara yang dilakukan peneliti dengan kepala cabang PT Melia Sehat Sejahtera, bahwa PT Melia Sehat Sejahtera menggunakan sistem *multi level marketing* untuk memasarkan produk, hambatan dalam memasarkan produk, dan upaya yang dilakukan dalam merekrut member baru dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan senior leader PT Melia Sehat Sejahtera Palembang. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa selain informasi tentang sistem multi level marketing yang didapat, penulis juga mendapatkan informasi tentang cara perekrutan member yang dilakukan perusahaan tersebut khususnya di cabang Palembang yaitu dengan mengadakan kegiatan Open Planing Presentation (OPP) yang di pimpin oleh kepala cabang di Palembang dalam hal untuk merekrut member baru.

Dalam penelitian ilmu alam atau ilmu sosial dikenal berbagai teknik pengumpulan data primer. Meskipun dalam pelaksanaan berbagai teknik pengumpulan data tersebut terdapat berbagai perbedaan, namun pada dasarnya kesemua teknik pengumpulan data tersebut mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan atau mengumpulkan data (informasi) yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian yang bersangkutan secara objektif.

Teknik pengumpulan data tertentu dalam suatu penelitian banyak dipengaruhi oleh isi permasalahan penelitian tersebut. Dengan demikian, maka yang penting bagi seorang peneliti adalah bukan saja mengetahui bagaimana pelaksanaan berbagai bentuk pengumpulan data yang ada, melainkan juga memahami hal-hal yang mempengaruhi pemilihan mendasari teknik pengumpulan data tersebut. Dengan itu, diharapkan peneliti dapat menggunakan teknik pengumpulan data yang tepat untuk

memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian yang dihadapi.

b. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2013:148), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sedangkan menurut Yusri dan Idris (2009:103) Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang diperoleh dari perusahaan adalah sistem *multilevel marketing*, jumlah bonus dan lain-lain.

Menurut Cooper dan Emory (1995:257), dalam kegiatan penelitian data sekunder digunakan untuk tiga tujuan. Pertama, untuk mengisi kebutuhan akan rujukan khusus pada beberapa hal, misalnya jumlah penduduk suatu daerah pada tahun tertentu, atau perkembangan inflasi secara nasional. Peneliti dapat juga mencari patokan rujukan untuk menguji penemuan orang lain. Dari sebuah survei sampel peneliti dapat memperkirakan persentase populasi yang mempunyai karakteristik usia dan pendapatan tertentu. Estimasi ini kemudian dapat diperiksa kembali dengan menggunakan data sensus.

Data sekunder biasanya dapat diperoleh dengan lebih cepat dan lebih murah daripada data primer. Pengumpulan data primer dapat mengeluarkan biaya yang tidak sedikit, selain memakan banyak tenaga dan juga waktu. Disamping itu, kadang-kadang peneliti tidak mendapatkan data primer yang akurat yang diperlukan bagi proses analisis, apabila responden tidak memberikan data yang sebenarnya, hal ini tentu akan menimbulkan kesimpulan yang keliru.

Keterbatasan utama sumber data sekunder adalah bahwa informasi yang ada mungkin tidak dapat memenuhi kebutuhan tertentu seorang peneliti, hal ini karena data yang terkumpul tersebut adalah untuk tujuan peneliti sebelumnya yang mungkin situasinya berbeda.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2016:114), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Perbedaan peran dari pewawancara dan responden adalah jelas. Umumnya tidak saling kenal dan pewawancara mengendalikan tema pembicaraan dan pola diskusi. Akibatnya terjadi kondisi yang tidak seimbang bagi responden.

Wawancara sering juga disebut dengan kuesioner lisan, yaitu sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh data (informasi) dari responden. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi araus penyampaian informasi. Faktor tersebut adalah: pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara.

Pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden tentang sesuatu hal yang diinginkan, merangsangnya untuk menjawab, menggali jawaban jauh bila dikehendaki dan mencatatnya. Bila semua tugas ini tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya, maka hasil wawancara

menjadi kurang bermutu. Menurut Yusi dan Idris (2016:116), syarat menjadi pewawancara yang baik adalah memiliki sikap rendah hati, sikap hormat terhadap responden, ramah dalam ucapan, bersikap seolah-olah tiap responden yang dihadapi selalu ramah dan menarik, serta menjadi pendengar yang baik.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari buku-buku literatur, jurnal dan artikel yang dianggap penting bagi penulis dan berhubungan dengan judul yang diambil dalam pembuatan laporan akhir ini. Selain itu juga dapat digunakan sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dan evaluasi dalam penelitian ini.

1.5.4 Analisa Data

Adapun analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif. Menurut Yusri dan Idris (2016:108), data Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik, namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya adalah dengan mengklasifikasikannya dalam bentuk kategori. Analisa data yang digunakan penulis adalah dalam bentuk wawancara. Penulis menggunakan analisa ini untuk mengetahui bagaimana sistem *Multi level Marketing* pada PT Melia Sehat Sejahtera dan bagaimana cara merekrut member baru.