ANALISA PENJUALAN HERBALIFE MELALUI SISTEM MULTILEVEL MARKETING DI KOTA PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau

Oleh :

SUSTRAN DEBORA N.
NPM 145210594

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Telp. (0761) 674674
Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Sustran Debora N.**
NPM : **145210594**
Jurusan : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
Judul : **Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multilevel Marketing Di Kota Pekanbaru**

Disetujui Oleh :

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Hj. Susie Suryani, SE, MM.	**Dr. Raja Ria Yusnita, SE, M.E**

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi	**Ketua Prodi Manajemen**
Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA.	**Abdul Razak Jer, SE., M.Si.**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Telp. (0761) 674674
Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Sustran Debora N.
NPM : 145210594
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multilevel Marketing di Kota Pekanbaru

Disetujui Oleh : Tim Penyeminar/Penguji Seminar Hasil

Nama Dosen	Tanda Tangan
Yul Efnita, SE, MM.	(.....)
Awliya Afwa, SE, MM	(.....)
Syaefulloh, SE, M. Si.	(.....)

Disetujui Oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Susie Suryani, SE, MM.	Dr. Raja Ria Yusnita, SE, M.E

Mengetahui
Ketua Prodi Manajemen

(Abdul Razak Jer, SE., M.Si.)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Telp. (0761) 674674
Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah diadakan bimbingan skripsi terhadap saudara :

Nama : Sustran Debora N.
NPM : 145210594
Jurusan : Manajemen
Sponsor : Hj. Susie Suryani, SE, MM.
Co. Sponsor : Dr. Raja Ria Yusnita, SE., ME.
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multilevel Marketing di Kota Pekanbaru

Dengan perincian sebagai berikut :

Tanggal	Catatan		Berita Bimbingan	Tanda Tangan	
	Sponsor	Co Sponsor		Sponsor	Co Sponsor
20-12-2017	X		Perbaiki cara penulisan Kurangi teori di latar belakang Operasional variabel harus sama dengan kerangka pemikiran Revisi metode penelitian Gambaran umum dihilangkan		
14-02-2018	X		Judul tabel harus jelas Lanjutkan ke Pembimbing II		
25-02-2018		X	Penulisan perbaiki Revisi kerangka berpikir Operasional variabel Revisi penelitian terdahulu (jurnal) Revisi Rencana Daftar Pustaka Kutipan masukan ke Rencana Daftar Pustaka Operasional masih belum jelas		
28-03-2018	X		Acc Seminar Proposal		
28-03-2018		X	Acc seminar proposal		
02-10-2018	X		Masukkan sistem MLM di Bab V baru dibahas sesuai indikator Perbaiki tabel pada bab V		

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

08-10-2018	X		Lanjutkan ke Pembimbing II		
12-10-2018		X	Revisi identitas responden		
26-10-2018		X	Revisi pembahasan Revisi secara keseluruhan		
29-11-2018	X		Perbaiki abstrak Lengkapi lampiran dengan foto objek penelitian		
08-12-2018	X		Lengkapi lampiran Acc ujian seminar hasil		
10-12-2018		X	Acc seminar hasil		

Pekanbaru, 14 Agustus 2020
Wakil Dekan I

Dr. Hj. Elvan Sastraningsih, SE., M.Si.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 543 / Kpts/FE-UIR/2020
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi / oral komprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
   a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
   b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
   c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
   d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Sustran Debora N
N P M : 145210594
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru.

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensive maahsiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Dr. Raja Ria Yusnita, SE., ME	Lektor C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4	Syaefulloh, SE., M.Si	Assisten Ahli, C/b	Penyajian	Anggota
5	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Bahasa	Anggota
6				Anggota
7	Ramzi Durin, SH.,MH	Assisten Ahli, C/b	-	Saksi I
8			-	Saksi II
9				Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 Juni 2020
Dekan,

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :
1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 543/KPTS/FE-UIR/2020, Tanggal 16 Juni 2020, Maka pada Hari Kamis 18 Juni 2020 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensive/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2019/2020.

1.N a m a	: Sustran Debora N
2.N P M	: 145210594
3.Program Studi	: Manajemen S1
4.Judul skripsi	: Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru.
5.Tanggal ujian	: 18 Juni 2020
6.Waktu ujian	: 60 menit.
7.Tempat ujian	: Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR
8.Lulus Yudicium/Nilai	: **Lulus (B) 69,2**
9.Keterangan lain	: Aman dan lancar.

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris

Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Hj. Susie Suryani, SE., MM (.....)
2. Dr. Raja Ria Yusnita, SE., ME (.....)
3. Yul Efnita, SE., MM (.....)
4. Syaefullah, SE., M.Si (.....)
5. Awliya Afwa, SE., MM (.....)

Saksi

1. Ramzi Durin, SH., MH (.....)

Pekanbaru, 18 Juni 2020
Mengetahui
Dekan,

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Sustran Debora N
NPM : 145210594
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru.
Hari/Tanggal : Kamis 18 Juni 2020
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM		
2	Dr. Raja Ria Yusnita, SE., ME		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		
2	Syaefullah, SE., M.Si		
3	Awliya Afwa, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai_____)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai_____)
3. Tidak Lulus (Total Nilai_____)

Mengetahui
An.Dekan

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 18 Juni 2020
Ketua Prodi

Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Sustran Debora N
NPM : 145210594
Judul Proposal : Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru
Pembimbing : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM
2. Raja Ria Yusnita, SE., ME
Hari/Tanggal Seminar : Jumat 06 April 2018

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1.Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2.Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3.Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4.Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5.Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6.Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7.Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8.Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9.Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10.Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11.Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12.Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13.Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14.Kesimpulan tim seminar : ~~Perlu~~/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM		1.
2.	Raja Ria Yusnita, SE., ME		2.
3.	Yul Efnita,, SE., MM		3.
4.	Syaefullah, SE., M.Si		4.
5.	Awliya Afwa, SE., MM		5.
6.	Drs. M. Nur., MM		6.

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
An.Dekan Bidang Akademis

Dr.Firdaus AR, SE.M.Si.Ak.CA

Pekanbaru, 06 April 2018
Sekretaris,

Azmansyah, SE., M.Econ

Perpustakaan Universitas Islam Riau

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister dan Doktor) baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Sustran Debora N

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

ANALISA PENJUALAN HERBALIFE MELALUI SISTEM MULTILEVEL MARKETING DI KOTA PEKANBARU

Oleh :

SUSTRAN DEBORA N.
NPM 145210594

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis penjualan Herbalife melalui sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru. Penulis melakukan pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife yang terletak di Jalan Lobak (Simpang 4) Panam, Pekanbaru.

Populasi ialah seluruh member Herbalife di Rumah sehat Gebyarrr Pekanbaru. Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel ialah member yang mengonsumsi Herbalife selama tahun 2017 dari bulan Januari sampai bulan Desember salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 55 orang sampel. Sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produk Herbalife merupakan produk yang berkualitas, dengan demikian konsumen tidak merasa dirugikan dalam membeli produk Herbalife. Responden setuju dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam perekrutan member baru, selain itu dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam melakukan penjualan produk, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline dalam menjualan produk Herbalife. Upline MLM Herbalife selalu memberikan bantuan dan pembinaan kepada member baru yang bertujuan agar para member baru terampil dalam melakukan perekrutan dan penjualan produk Herbalife. Herbalife menawarkan produk yang berkualitas dan kualitas produk Herbalife sesuai dengan harga jualnya. Kondisi ini dapat membantu member dalam meyakinkan masyarakat terhadap produk Herbalife. Herbalife sebagai perusahaan Multi Level Marketing sudah berbadan hukum resmi. Dengan demikian MLM Herbalife memiliki jaminan secara hukum baik bagi masyarakat luas, konsumen produk Herbalife maupun para member Herbalife. Untuk menghindari terjadi penipuan dan penggelapan yang dapat merugikan semua pihak terutama para member Herbalife itu sendiri. Responden setuju bahwa MLM Herbalife memiliki support sistem yang baik, yang mudah diakses oleh para member.

Kata Kunci : Penjualan, Sistem Multilevel Marketing

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME, yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Analisa Penjualan Herbalife Melalui Sistem Multilevel Marketing di Kota Pekanbaru,** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Dalam penulisan skripsi ini penulis ingin menyampaikan dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, M.H, Lc., selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Drs. Abrar, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru.
3. Bapak Azmansyah, SE, M.Ec., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Hj. Susie Suryani, SE, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis.
5. Ibu Hj. Susie Suryani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pimpinan Herbalife Pekanbaru beserta seluruh member yang telah memperkenankan penulis untuk memberikan data yang dibutuhkan.
7. Bapak dan Ibu dosen serta Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

8. Kedua orangtua Ayahanda dan Ibunda, serta seluruh keluarga besar tercinta terima kasih atas dukungan dan pengertianya selama ini.
9. Buat rekan-rekan Angkatan 2014 terima kasih atas segala kritikan dan sarannya selama ini.

Semoga pengorbanan dan bimbingan terhadap penulis selama ini mendapat balasan dari Tuhan YME, Amin. Akhir kata penulis mengharapkan saran-saran dan masukan dari berbagai pihak guna penyempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 5 Mei 2020

Penulis

Sustran Debora N.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Perumusan Masalah 6

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

1.4. Sistimatika Penulisan 6

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Telaah Pustaka 10

2.1.1. Penjualan 10

2.1.2. Tujuan Penjualan 13

2.1.3. Faktor-faktor Penjualan 14

2.1.4. Langkah-langkah dalam Proses Penjualan 15

2.1.5. Multi Level Marketing (Pemasaran Berjenjang) 17

2.1.6. Keanggotaan Multi Level Marketing 18

2.1.7. Jenis-jenis Multi Level Marketing 19

2.1.8. Indikator Penjualan Multilevel Marketing 21

2.1.9. Penjualan Herbalife dengan Sistem Multi Level Marketing 21

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.1.10. Perbedaan Multi Level Marketing dengan Binis Biasa . 23

2.1.11. Keunggulan dan Kelemahan Multi Level Marketing 23

2.2. Penelitian Terdahulu 24

2.3. Hipotesis 23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian 26

3.2. Populasi Dan Sampel 26

3.3. Jenis Dan Sumber Data 27

3.4. Teknik Pengumpulan Data 27

3.6. Operasional Variabel 28

3.5. Analisis Data 29

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan Herbalife 30

4.2. Struktur Organisasi 33

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden 34

5.1.2. Analisis Penjualan Herbalife 37

5.1.2.1.Memiliki Produk untuk Dijual 41

5.1.2.2.Upline Mau Membantu Downline 42

5.1.2.3.Memiliki Sistem yang Adil bagi Semua Member... 45

5.1.2.4. Produk yang Dijual Harganya Wajar 46

5.1.2.5.Multi Level Marketing Herbalife Berbadan Hukum 48

5.1.2.6.Multi Level Marketing Memiliki Suppor Sistem yang Baik 50

5.2. Pembahasan 52

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan..... 58

6.2. Saran..... 59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar Produk Herbalife dan Harga beserta Point Setiap Pembelian Produk 4

Tabel 1.2 Penjualan Herbalife Pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife Kota Pekanbaru 2017 5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 3.1 OperasionalVariabel 28

Tabel 5.1. Distribusi Responden Menurut Kelompok Umur 34

Tabel 5.2 Responden Menurut Tingkat Pendidikan 35

Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 36

Tabel 5.4 Penjualan Herbalife Pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife di Kota Pekanbaru 2017 37

Tabel 5.5 Daftar Harga Produk Herbalife 40

Tabel 5.6 Tanggapan Mengenai Produk yang Dijual Berkualitas 41

Tabel 5.7 Tanggapan Mengenai Kualitas Produk dapat Dipertanggungjawabkan 42

Tabel 5.8 Tanggapan Mengenai Upline Aktif dalam Perekrutan Member Baru43

Tabel 5.9 Tanggapan Mengenai Upline Aktif Melalukan Penjualan Produk ... 44

Tabel 5.10 Tanggapan Mengenai Upline Membantu dan Membina Downline .. 45

Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Keuntungan yang Diperoleh Distributor Independen Jelas 46

Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Wajar 47

Tabel 5.13 Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Sesuai Kualitas 48

Tabel 5.14 Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Multi Level Marketing sudah Berbadan Hukum 49

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.15 Tanggapan Responden Mengenai MLM Memiliki Support Sistem yang Baik 50

Tabel 5.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penjualan pada Multi Level Marketing Produk Herbalife 51

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Belakangan ini semakin banyak muncul perusahaan-perusahaan yang menjual produknya melalui sistem multilevel marketing (MLM). Sehingga semakin banyak perusahaan yang bersaing untuk mencapai keuntungan. Persaingan merupakan permasalahan yang berasal dari luar perusahaan karena munculnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama. Seiring dengan pekembangan dan kemajuan persaingan maka akan semakin banyak peluang yang muncul dan mempengaruhi perkembangan usaha perusahaan.

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan utama perusahaan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Pemasaran baik itu barang-barang industri maupun barang-barang konsumsi membutuhkan pemikiran yang sangat mendalam dan memerlukan fokus perhatian terhadap faktor-faktor pemasaran itu sendiri.

Pada hakekatnya keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuannya dalam memperoleh laba. Dengan laba yang diperoleh, perusahaan akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar volume penjualan semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Sigit (2002) Penjualan adalah sasaran inti diantara kegiatan-kegiatan lainnya, sebab disini dilakukan perundingan, persetujuan tentang harga dan serah terima barang serta pembayarannya". Dalam kegiatan ini penjualan akan melibatkan debitur atau disebut juga pembeli serta barang-barang atau jasa yang diberikan dan dibayar oleh debitur tersebut dengan cara tunai ataupun kredit. Penjualan barang dagang oleh sebuah perusahaan dagang biasanya hanya disebut "Penjualan", jumlah transaksi yang terjadi biasanya cukup besar dibandingkan jenis transaksi lainnya.

Adapun tujuan penjualan pada umunya adalah mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin) dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu lama. Menurut Swastha dan Irawan (1990:404) mengungkapkan bahwa, bagi perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu:

1) Mencapai volume penjualan tertentu
2) Mendapatkan laba tertentu
3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Pengertian Multi Level Marketing (MLM) MenurutBenny Santoso(2003), Mendefenisikan "MLM hanyalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi dibidang pemasaran dan distribusi. MLM hanya berkaitan dengan bagaimana bisa menjual suatu produk dengan lebih efesien dan efektif kepada pasar. Berdasarkan defenisi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

diatas, kesuksesan suatu MLM tergantung sepenuhnya pada kualitas dari produk yang dijual.

Pemasaran sistem MLM tentu memiliki persamaan dan perbedaan dengan pemasaran kovensional. Persamaannya adalah kebutuhan modal tidak hanya terjadi sekali saja, sama-sama menggunakan tenaga sales untuk pemasaran, kedua sistem pemasaran memiliki target penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah pada sistem MLM memberikan reward berdasarkan hasil penjualan sedangkan bisnis konvensional tidak menerapkan reward, kemudian pada MLM capaian pemasaran yang tinggi akhirnya akan memperkaya upline sedangkan pada bisnis konvensional akan menaikkan jenjang karis sales yang bersangkutan. Kemudian pada MLM tujuan utamanya adalah mencari banyak orang untuk menjadi member dan menambah jaringan pemasaran sedangkan pada bisnis konvensional tujuan membentuk jaringan adalah untuk meningkatkan omset penjualan.

Produk Herbalife menjual produknya secara multi level marketing tujuannya agar produk yang dijual lebih terjaga kualitasnya. Peminatnya pun dari kalangan masyarakat ekonomi menengah keatas. Tetapi dilihat dari produk-produknya ternyata sama dengan produk lain yang dijual dipasaran, hanya saja produk yang dari perusahaan MLM demi untuk menjaga mutu tidak lagi dijual secara bebas dipasaran seperti swalayan atau toserba.

Produk Herbalife merupakan salah satu produk yang dipasarkan melalui MultiLevel Marketing. Produk Nutrisi Herbalife ini dibentuk tahun 1980, Herbalife International adalah perusahaan kebugaran premium yang berdedikasi untuk menyederhanakan jalan anda dalam menuju hidup sehat. Adapun produk-

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

produk dan program-program yang ditawarkan perusahaan Herbalife adalah, menurunkan atau menaikkan berat badan secara ideal dan sehat, sehingga mendapatkan tubuh yang ideal.

Produk Nutrisi Herbalife adalah produk yang dipasarkan melalui MLM, karena selain mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari peserta yang berhasil dibawa masuk,juga akan mendapat point dari penjualan herbalife yang dilakukan oleh anak buahnya(*downline*), serta bonus-bonus yang disedikan oleh perusahaan apabila mendapat target penjualan yang tinggi.tetapi selera dan kondisi konsumen menjadi pertimbangan strategi MLM ini, karena tidak semua masyarakat yang mengerti betul MLM itu sebenarnya bagaimana, sehingga pro dan kontra strategi MLM menjadi perdebatan dimasyarakat. Cara Herbalife menjual produknya melalui Multilevel Marketing adalah dengan mendaftar menjadi member produk Herbalife kemudian perusahaan herbalife akan memberikan diskon tertentu disetiap level membernya. Berikut level member produk Herbalife:

1) Bulan pertama anda belanja 500 point, investasi kurang lebih senilai Rp.6.000.000 (menjadi level consultant senior) dengan hak diskon 35 %
2) Bulan kedua anda belanja 1000 point, investasi kurang lebih Rp.10.000.0000 (menjadi level succes builder) dengan hak diskon 42%
3) Bulan ketiga anda belanja 1000 point lagi, investasi kurang lebih Rp.25.000.000 (menjadi succes builder) maka selanjutnya dibulan keempat anda sudah terkualivikasi menjadi supervisor Herbalife dengan hak diskon 50 %. Atau jika anda ingin kesempatan langsung menjadi qualified producer dibulan kedua dengan mudah, anda dapat langsung belanja senilai 2.500 point.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 1.1
Daftar Produk Herbalife dan Harga beserta Point Setiap Pembelian Produk

No	Produk	Harga	Point
1	Shake	Rp.450.000	18,40
2	Personal protein powder	Rp.420.000	17,95
3	Herbal Tea Concentrate	Rp.412.000	21,50
4	Fiber and herbs Tablet	Rp.182.000	7,35
5	Herbal Aloe Concentrate	Rp.398.000	24,95
6	Lippo Bond	Rp.310.000	15,40
7	Cell U loss	Rp.245.000	15,75
8	Herbal Nrg Instant Tea	Rp.278.000	14,75
9	Nite Work	Rp.655.000	29,90
10	Mixed Fiber	Rp.378.000	22,95

***Sumber**: Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife Pekanbaru 2020*

Herbalife berkantor pusat di California, Herbalife kini benar-benar telah mencapai cangkupan global.dengan lebih dari 1,9 juta distributor yang melayani pelanggan dilebih 72 negara termasuk negara Indonesia dikota pekanbaru. Lebih dari 30 tahun,sejarah herbalife telah merefleksikan kesuksesan pribadi yang luar biasa diseluruh dunia. Dari misi asli sang pendiri Mark Hughes,hingga prestasi yang merubah hidup para member.

Tabel 1.2
Penjualan Herbalife Pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife Kota Pekanbaru 2019

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 21.410.300
Februari	Rp. 27.110.250
Maret	Rp. 29.510.500
April	Rp. 30.120.500
Mei	Rp. 15.840.300
Juni	Rp. 12.220.000
Juli	Rp. 13.420.000
Agustus	Rp. 21.425.710
September	Rp. 12.110.300
Oktober	Rp. 14.115.200
November	Rp. 16.120.500
Desember	Rp. 14.115.000

Sumber: Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife Pekanbaru 2020

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan Herbalife pada bulan Januari 2019 sebanyak Rp.21.410.300, untuk bulan Februari penjualan meningkat menjadi Rp.27.110.250, kemudian pada bulan Maret penjualan sebanyak Rp.29.510.500, pada bulan April semakin meningkat menjadi Rp.30.120.500, bulan Mei menurun menjadi Rp.15.840.300, pada bulan Juni semakin menurun menjadi Rp.12.220.000, untuk bulan Juli penjualan Rp.13.420.000, sedangkan Agustus penjualan mencapai Rp.21.425.710 dan bulan September menjadi Rp. 12.110.300 kemudian bulan Oktober Rp.14.115.200, untuk bulan November penjualan terus meningkat menjadi Rp.16.120.500 dan untuk bulan terakhir yaitu Desember tahun 2019 penjualan sebanyak Rp.14.115.000.

Sehingga dari penjelasan tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan Herbalife terus meningkat dalam masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan Penjualan Herbalife melalalui sistem MLM ini mendapat respon yang lumayan baik terutama dari mereka yang ingin mendapatkan bentuk tubuh yang ideal dan mendapatkan penghasilan tambahan. MLM tergolong hal yang baru bagi masyarakat indonesia khususnya dikota pekanbaru sehingga hal ini memberikan suatu permasalahan dalam suatu usaha untuk mempertahankan jumlah penjualan Herbalife. Dari dasar permasalahan tersebut,peneliti tertarik untukmengangkat judul "**ANALISA PENJUALAN HERBALIFE MELALUI SISTEM MULTILEVEL MARKETING DI KOTA PEKANBARU".**

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

"Bagaimanakah penjualan Herbalife melalui sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru"

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis penjualan Herbalife melalui sistem Multi Level Marketing di Kota Pekanbaru.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat Penelitian adalah sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapakan strategi pemasaran MLM yang efektif.
b. Bagi peneliti, sebagai sarana pengembangan dan pengaplikasian ilmu pengetahuan teoritis yang telah ditempuh selama dibangku kuliah.
c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan (referensi) yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut dengan fokus kajian yang sama.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dimana berisikan latar be;lakang masalah, perumusan masalah,tujuan dan manfaat penulisan,dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Di dalam bab ini penulisan akan menguraikan teori-teori yang meliputi pengertian penjualan,pemasaran MultiLevel Marketing, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, jenis-jenis penjualan, sistem penjualan, penjualan Herbalife melalui Multilevel Marketing, indikator penjualan multi level marketing, cara kerja MLM, tujuan penjualan MLM, penelitian terdahulu,dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang lokasi penelitian, operasional variable, populasi dan sampel,jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan diakhiri dengan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan di bahas mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, kebijakan penjualan, dan pelayanan.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang akan menguraikan mengenai produk nutrisi, kebijakan penjualan MLM, dan pelayanan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis mencoba memberikan suatu kesimpulan atau analisa permasalahan, serta menymbangkan saran sehubungan dengan permasalahan yang terjadi didalam Rumah Sehat Gebyarrr.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1.Telaah Pustaka

2.1.9. Penjualan

Menurut Swastha (2011;5) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi Swastha (2011;15) menerangkan bahwa penjualan yaitu proses menawarkan barang atau produk kepada konsumen dengan cara merayu konsumen tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2010;11) Penjualan (marketing) adalah suatu proses untuk memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Menurut Kotler (2010:15) penjualan adalah proses social manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Swasta (2011:16) Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Kusnadi (2010:6) penjualan adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual.

Penjualan, selanjutnya dapat dipahami dengan menerangkan beberapa inti konsepnya sebagai berikut:

1. Pasar sasaran dan segmentasi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kebutuhan, keinginan dan permintaan
3. Produk, nilai dan kepuasan
4. Penukaran dan transaksi
5. Saluran penjualan
6. Rangkaian persediaan

Adapun syarat penjualan pada umumnya adalah harus ada penjual dan juga pembelinya,harus ada barang,jasa dan sebagainya yang akan dijual lalu harus ada juga alat tukar yang sah. Tujuan penjualan pada umumnya mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin) dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama.

Salah satu hal penting dalam penjualan adalah bauran pemasaran 4 P menurut Kotler dan Keller (2010:12) terdiri dari 4 p yaitu :

1. Produk *(product)*

Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau di beli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

2. Harga *(price)*

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. Tempat *(Place)*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya.

4. Promosi *(Promotion)*

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

Kemudian dapat dilihat defenisi masing-masing variabel Penjualan yaitu :

1. Produk

Menurut Radiosunu (2010;17) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat diperhatikan, dibeli, atau dikonsumsikan. Swastha dan Irawan (2014;10) mengatakan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks,baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk pembungkus, warna, harga, prestasi perusahaan, dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

2. Harga

Menurut Swastha dan Irawan (2014:19) di dalam perusahaan, harga barang atau jasa merupakan penentuan bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan. Keputusan tentang harga tidak pernah boleh dilakukan secara kebetulan.

3. Distribusi/Tempat

Tempat mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen sasaran. Sebagian dari tugas distribusi adalah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distrbusi yang secara fisik menangani dan mengangkat produk melalui saluran tersebut, maksudnya agar produk dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya (Swastha dan Irawan, 2014:18)

4. Persaingan

Persaingan merupakan suatu bentuk kegiatan dalam menilai sejumlah besar penjual yang independen dari suatu komoditi, masing-masing memiliki kekuatan yang terlalu kecil untuk mempengaruhi harga komoditi yang bersangkutan yang dimiliki oleh lembaga lain (Swastha dan Irawan. 2014:19)

5. Pelayanan

Menurut Kotler (2010:47) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

6. Penjualan

Penjualan mencerminkan kegiatan-kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya (Swastha dan Irawan, 2014;87), jadi, penjualan ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan.

2.1.10. Tujuan Penjualan

Sukses atau tidaknya suatu perusahaan banyak ditentukan oleh penjualan.oleh sebab itu fungsi penjualan dikatakan merupakan fungsi puncakdari

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pada usaha dimana ditentukan selisish antara input dan output.dapat dikatakan bahwa keuntungan adalah elemen atau alat untuk mengukur efesiensi.

Berikut merupakan Cara Penjualan menurut (Swasta 2011:124):

1. Penjualan Langsung

Penjualan langsung merupakan cara penjualan di mana penjualan langsung berhubungan/berhadapan/ bertemu muka dengan calon pembeli atau langganannya. Penjualan langsung ini dapat dilakukan dengan dua cara, yakni :

a. Penjualan melalui toko

b. Penjualan diluar toko

2. Penjualan tidak langsung

2.1.11. Faktor-faktor Penjualan

Menurut Swastha dan Irawan (2014:406) dalam buku Manajemen Pemasaran Modern, kegiatan penjualan dalam prakteknya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu :

a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.

b) Harga produk.

c) Syarat penjualan, seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi, dan sebagainya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

seorang penjual yang baik antara lain : sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehal jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan, dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Adapun kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

a) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.

b)Daya belinya.

c) Frekuensi pembeliannya.

d) Keinginan dan kebutuhannya

3. Modal

Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modalyang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (Bagian Penjualan) yang dipegang orang-orang yang ahli di bidang penjualan. Perusahaan kecil mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

5. Faktor-faktor lain

Adapun faktor-faktor lain seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.1.12. Langkah-langkah dalam Proses Penjualan

Menurut Kotler (2010;67) langkah-langkah dalam proses penjualan meliputi:

1. Memilih Prospek dan Menilai

Langkah pertama dalam proses penjualan adalah memilih prospek (prospecting), yaitu mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Tenaga penjual perlu mengetahui cara menilai prospek (*qualify*) artinya cara mengenali calon yang baik dan menyisihkan calon yang jelek.

2. Prapendekatan

Sebelum mengunjungi seorang calon pembeli, tenaga penjual sebaiknya mempelajari sebanyak mungkin mengenai organisasi (apa yang dibutuhkan, siapa yang terlibat dalam pembelian) dan pembelinya (karakteristik dan gaya membeli). Langkah-langkah ini dikenal dengan istilah pra pendekatan.

3. Pendekatan

Dalam langkah ini, wiraniaga sebaiknya mengetahui caranya bertemu dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan menjadi awal yang baik, mencakup penampilan wiraniaga, kata-kata pembukaan, dan tindak lanjutan.

4. Presentasi dan Demonstrasi

Dalam langka presentasi dari proses penjualan, tenaga penjual menceritakan riwayat produk kepada pembeli, menunjukan bagaimana produk akan menghasilkan dan menghemat uang dengan alat bantu demonstrasi, seperti buku kecil, pita video, dan sempel produk.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5. Mengatasi Keberatan

Pelanggan hampir selalu mempunyai keberatan selama presentasi atau kettika diminta untuk memesan. Dalam mengatasi keberatan wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan tersembunyi, meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.

6. Menutup

Menutup merupakan langkah dalam proses penjualan ketika wiraniaga meminta pelanggan untuk memesan. Tenaga penjual harus mengetahui cara mengenali tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan.

7. Tindak Lanjut

Merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan ketika wiraniaga melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan bisnis berulang.

2.1.13. Multi Level Marketing (Pemasaran Berjenjang)

Menurut Clothier (2010;1) Multi Level Marketing adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.

Menurut Santoso (2011;2) MLM hanyalah sebagai suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menetukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi.

Menurut Royan (2012;2) MLM atau Multi Level Marketing dikenal juga sebagai network marketing merupakan salah satu metode pemasaran wirausaha dengan memanfaatkan sistem jaringan (*network*). Yusuf (2013;4) berpendapat bahwa, dikatakan network marketing karena merupakan sebuah jaringan kerja yang di dalamnya terdapat sejumlah orang yang melakukan proses pemasaran produk atau jasa.

Menurut Sabiq (2010:4) MLM adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah Downline (tingkat bawah), orang akan disebut Upline jika mempunyai Downline.

2.1.14. Keanggotaan Multi Level Marketing

Komisi yang diberikan dalam Multi Level Marketing dihitung berdasarkan banyaknya jasa distribusi yang otomatis terjadi jika bawahan melakukan pembelian barang. Promotor akan mendapatkan bagian komisi tertentu sebagai bentuk balas jasa atas perekrutan bawahan. Namun ada juga beberapa MLM yang tidak memberikan bonus atas jasa perekrutan, karena bonus perekrutan termasuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bonus yg dilarang berdasarkan Permendag No 13 tahun 2006 Bab I Pasal 1 ayat 11.

Dampak Positif dan Negatif MultiLevel Marketing yaitu :

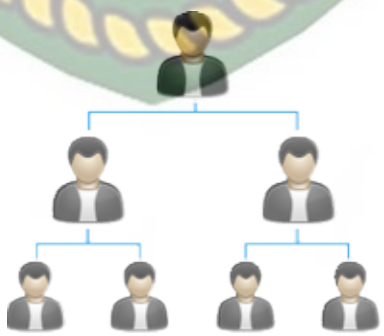
1. Dampak Positif MLM yaitu:
   a. Menguntungkan Pengusaha dengan adanya penghematan biaya dalam iklan, promosi dan lain nya.
   b. Menguntungkan para Distributor
2. Dampak Negatif MLM yaitu, Obsesi yang berlebihan untuk mencapai penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem ini, suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup hedonis ketika mengadakan acara rapat atau pertemuan bisnis, banyak yang keluar dari tugas dan pekerjaan tetapnya karena terobsesi akan mendapatkan harta yang banyak dalam waktu singkat.

2.1.15. Jenis-jenis Multi Level Marketing

Menurut Setiawan (2017:16), terdapat beberapa jenis Multi Level Marketing, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem *Binary Plan*

Gambar 2.1

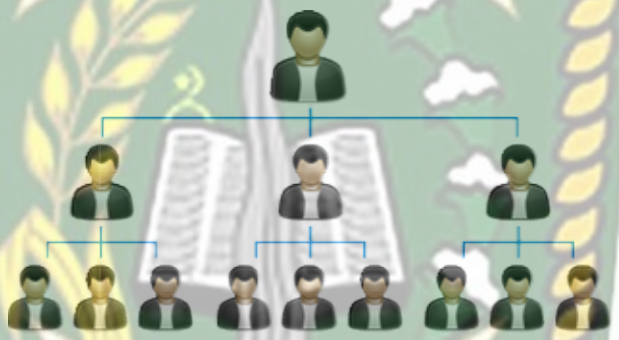


Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sistem *Binary Plan* ini mengutamakan pengembangan jaringan hanya dua leg saja dan mengutamakan keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringan dan omset bisnis dalam perusahaan MLM seperti ini, semakin besar bonus yang terima. Namun jika tidak seimbang, maka bonus-bonus tersebut mengalir deras ke dalam perusahaan. Sistem binary ini menciptakan kesimpulan bahwa yang diuntungkan adalah mitra yang join di awal.

b. Sistem *Matrix*

Gambar 2.2

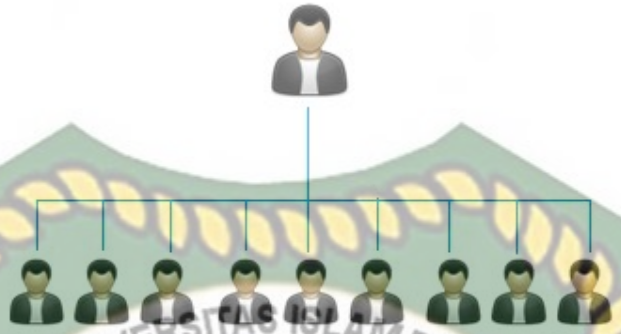


Sistem *matrix* ini pengembangan jaringannya menggunakan konsep hanya tiga *frontline* saja dan begitu pula selanjutnya ke bawah. Jenis sistem ini muncul untuk mengakali sistem binary yang dianggap *money game*.

c. Sistem *Break Away*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 2.3



Sistem ini pengembangan jaringannya mengutamakan kelebaran. Semakin banyak *frontline*, semakin besar pula bonus yang diterima. Kelemahannya adalah seorang agen harus mengurus semuanya sendiri. Sistem ini juga memungkinkan *downline* untuk melebihi upline-nya.

2.1.16. Indikator Penjualan Multilevel Marketing

Adapun yang menjadi indikator atau ciri-ciri dan bisnis Multi Level Marketing adalah (Harefa, 2016:19) adalah :

1. Memiliki Produk atau Jasa untuk Dijual
   a. Produk yang dijual produk berkualitas
   b. Kualits produk dapat dipertanggungjawabkan
2. Upline Mau Membantu Downline untuk Berkembang
   a. Upline selalu aktif dalam hal perekrutan member baru
   b. Upline selalu aktif dalam penjualan produk
   c. Upline memberikan bantuan, pembinaan, kepada downline.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Memiliki Sistem yang Adil Bagi Semua Member

   a. Menguntungkan semua member yang bekerja keras

4. Harga Produk yang Dijual Masuk Akal

   a. Produk yang dijual harganya wajar

   b. Harga produk sesuai dengan kualitas produk

5. Memiliki Badan Hukum yang Jelas

   a. Berbadan hukum resmi memiliki SIUPL dan NPWP

2.1.9. Penjualan Herbalife dengan Sistem Multi Level Marketing

a. Cara kerja penjualan Herbalife dengan sistem MultiLevel Marketing

Penjualan Herbalife dengan sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus sebagai konsumen dan member (anggota). Menurut Sabiq (2010:11) bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Perusahaan menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
2. Pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan saat membeli paket produk perusahaan tersebut.
3. Tugas member berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Member baru juga mendapat tugas yang sama yaitu mencari calon member-member baru dengan membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
5. Member yang mampu menjaring member-member yang banyak, ia mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang didapat maka semakin tinggi level membernya dan semakin banyak bonus yang didapatkan.
6. Adanya member baru sekaligus menjadi konsumen tetap produk, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan.

Rahasia untuk mendapatkan downline yang "hidup" adalah dengan memiliki produk yang bernilai, Produk MLM harus :

1) berharga wajar
2) diinginkan oleh publik

2.1.10. Perbedaan Multi Level Marketing dengan Bisnis Biasa

Menurut Clothier (2010:15), terdapat beberapa perbedaan antara bisnis Multi Level Marketing dengan bisnis konvensional, yaitu sebagai berikut:

1. Armada penjualan, dimana dalam MLM, tenaga penjualnya adalah para distributornya, dimana ia menjadi bos bagi dirinya sendiri. Pada bisnis konvensional, arus barang harus melewati produsen-distributor/grosir-pedagang eceran-konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Pembagian keuntungan, pada MLM para distributor memperoleh imbalan dari hasil langsung usaha yang dilakukannya. Bisnis konvensional penerima keuntungan adalah para pemilik dan para direktur perusahaan distribusi.
3. Menjual produk, semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung atau direct selling. Bisnis konvensional, menjual barang-barang konsumen melalui toko-toko, katalog dan melalui pos.

2.1.1.11. Keunggulan dan Kelemahan Multi Level Marketing

Menurut Yusuf (2013:21), keunggulan dan kelemahan dalam sistem Multi Level Marketing, adalah :

a. Keunggulan Multi Level Marketing Herbalife

1. MLM mendatangkan pasif income yang menjanjikan sebagai tambahan gaji tetap setiap bulan.
2. MLM Herbalife melatih setiap distributor meningkatkan kemampuan berkomunikasi sehingga terbentuk jiwa personal selling yang kuat.
3. Memperluas relasi.

b. Kelemahan Multi Level Marketing Herbalife

1. Distributor MLM Herbalife hanya pengikut pada sebuah sistem hirarki yang rumit dan tidak punya kendali, sehingga dikendalikan oleh sistem yang berlaku.
2. MLM Herbalife berdampak negatif karena jika manusia sudah tergila-gila dengan MLM, maka kegiatan sektor riil bakal terganggu. Dalam bisnis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

MLM, uang berputar hanya pada lingkungan perusahaan sehingga mengurangi produktivitas masyarakat dalam bekerja.

3. Uang nasabah yang berputar pada bisnis MLM tidak dijamin keamanannya oleh pemerintah. Pada saat likuidasi perusahaan, uang milik nasabah MLM tidak dapat dikembalikan.

2.2. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian mengenai analisis penjualan muli level marketing telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya adalah :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Baju Pramutoko, SE.,MM (2011)	Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di kota kediri	Penjualan	Penjualan melalui sistem Multilevel Marketing hanya memperhatikan bagaimana cara merekrut distributor baru.
2	Naila Vellayati	Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing TIENS kota Medan	Strategi Perekrutan	Mengetahui Strategi prekrutan prospek yang dilakukan oleh downline dan upline Tiens menggunakan sistem duplikasi dalam perekrutan.
3	Desefty jukhaira siregar	Analisis strategi pemasaran Multi Level Marketing (MLM) syariah terhadap pendapatan Anggota pada PT Wahida Indonesia Cabang Medan	Strategi Pemasaran	Mengetahui pengaruh strategi pemasaran Multi Level Marketing (MLM) syariah terhadap pendapatan anggota pada PT Wahida Indonesia Cabang Medan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.3. HIPOTESIS

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenaranya. Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Jadi dari perumusan masalah diatas dan dikaitkan dengan teori yang ada, maka penelitian membuat hipotesis sebagai berikut: ***"Penjualan Herbalife melalui sistem Multilevel Marketing sudah efektif."***

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. LOKASI PENELITIAN

Guna penyelesaian pneletian ini, penulis melakukan pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife yang terletak di Jalan Lobak (Simpang 4) Panam, Pekanbaru.

3.2. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian (Sabar,2011;10) yang menjadi populasi ialah seluruh member Herbalife di Rumah sehat Gebyarrr Pekanbaru pada tahun 2019 yaitu525 orang.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2010:21), dan yang menjadi sampel ialah member yang mengonsumsi Herbalife selama tahun 2019 dari bulan Januari sampai bulan Desember. Salah satu metode yang digunakan untuk mmenentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{525}{1 + 0{,}10^2} = 55{,}12 \text{ atau } 55 \text{ orang}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N: ukuran Populasi

e : kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, dalam penelitian ini adalah 10%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive sampling*, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri–ciri khusus yang sesuai dengan tujuan peneliti sehingga dapat diharapkan menjawab permasalahan penelitian. Kriteria dalam menentukan sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

1. Pelanggan yang melakukan pembelian herbalife adalah para member herbalife
2. Member yang membeli dan menggunakan herbalife adalah untuk menurunkan, menaikkan berat badan dan untuk menjaga kesehatan tubuh.

3.3. JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data pada penelitian ini adalah:

a. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar seprti literatur-literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

Sumber data pada penelitian ini adalah:

a. Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari hasil penelitian terhadap responden, yang berupa pendapat konsumen mengenai lokasi, harga, pelayanan, dan produk
b. Data skunder yaitu data yang telah ada dan tersedia pada masing–masing penjual seperti data penjualan, sejarah singkat usaha, struktur organisasi usaha, dan produk yang dijual.

3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Wawancara/interview, yaitu melakukan Tanya jawab secara langsung, baik kepada konsumen maupun kepada pihak pengelola usaha yang dijadikan objek penelitian.
2. Kuisioner, yaitu dengan mencabut daftar pertanyaan dan selanjutnya diajukan kepada responden atau konsumen pengguna produk tersebut.

3.6. OPERASIONAL VARIABEL

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penjualan multilevel adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa kepada konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual tersebut sangat minim. (Harefa: 2016 :2)	1. Memiliki produk untuk dijual	a.Produk yang dijual produk berkualitas b.Kualits produk dapat dipertanggungjawabkan	Ordinal
	2.Upline mau membantu downline untuk berkembang	a.Upline selalu aktif dalam hal perekrutan member baru b.Upline selalu aktif dalam penjualan produk c.Upline memberikan bantuan, pembinaan, kepada downline.	
	3.Memiliki sistem yang adil bagi semua member	a.Menguntungkan semua member yang bekerja keras	
	4.Harga Produk yang Dijual Masuk Akal	a. Produk yang dijual harganya wajar b.Harga produk sesuai dengan kualitas produk	
	5.Memiliki Badan Hukum yang Jelas	a.Berbadan hukum resmi memiliki SIUPL dan NPWP	
	6.Memiliki Support Sistem yang Baik	a.Memiliki support sistem yang mudah diakses member	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.5. ANALISIS DATA

Dalam pembahasan hasil penelitian, penulis menggunakan metode diskriptif, yaitu suatu cara penulisan dangan mengumpulkan, mengklasifikasikan dan selanjutnya data yang terkumpul ditabulasi dan dianalisis.

Setiap pertanyaan memiliki lima buah alternative jawaban yang telah ditetapkan dengan bobot masing – masing nilai sebagai berikut :

1. Sangat Setuju : nilai 5
2. Setuju : nilai 4
3. Cukup Setuju : nilai 3
4. Tidak Setuju : nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju : nilai 1

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan Herbalife

Herbalife adalah perusahaan produk nutrisi dan kesehatan di dunia. Perusahaan ini didirikan tahun 1980 dan memperkerjakan sekitar 4000 orang di seluruh dunia. Herbalife berpusat di Los Angeles, California. Herbalife melaporkan penjualannya dari 2.7 miliar USD dari 2.1 juta distibutor independen, dari seseorang yang melakukan pendapatan laba pada penjualan produk dan komisi tambahan dari struktur kompesasi pemasaran berjenjang. Perusahaan ini didirikan oleh Mark Hughes.

Mark Hughes lahir di La Mirada, California pada tanggal 1 Januari 1956. Mark adalah anak tertua dari pasangan Stuard Hartman dan Jo Ann Hughes. Sejak kecil Mark diasuh oleh ibunya seorang diri (*single parent*). Ibunya adalah seorang model yang berjuang keras menurunkan berat badannya yang berlebih dengan cara mengkonsumsi banyak pil diet. Karena ketergantungan dengan pil diet, sang ibunda mengalami penurunan kesehatan dan susah tidur. Untuk menanggulangi susah tidurnya, dia meminum banyak obat tidur yang mengakibatkan beliau meninggal overdosis karena kebanyakan minum pil diet & obat tidur.

Di bawah asuhan sang ibunda sendirian, Mark tumbuh menjadi remaja yang nakal. Dia pernah dikeluarkan dari sekolah dan akhirnya dimasukkan ibunya ke sekolah khusus untuk remaja bermasalah. Saat bersekolah disinilah dia mendengar kabar ibunya telah tiada. Dari sinilah titik balik kebangkitan seorang Mark

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Hughes. Dia bertekad untuk membuat makanan sehat yang bisa menurunkan berat badan untuk menggantikan pil-pil diet yang berbahaya. Karena tekadnya yang kuat & ketertarikannya dalam bidang nutrisi, akhirnya dia nekat berangkat ke Cina untuk mempelajari obat-obatan dan nutrisi herbal tradisional. Di Cina, dia berkeliling ke seluruh negeri dan belajar serta bertanya-tanya kepada banyak dokter & ahli pengobatan herbal. Cina memang terkenal dengan pengobatan herbalnya. Tidak salah jika ada istilah "Tuntutlah ilmu sampai ke negeri Cina".

Sekembalinya dari Cina, Mark minta bantuan kepada orang lain untuk menyempurnakan mimpinya membuat nutrisi yang mampu membantu menurunkan berat badan secara alami. Akhirnya mereka mampu menghasilkan sebuah nutrisi pengganti makan yang terbuat dari sari kedelai, vitamin, & herbal. Dengan formula nutrisi buatannya, Mark ingin membantu orang menurunkan berat badan secara mudah dengan cara mengganti 2 kali porsi makan dengan formula nutrisinya. Dengan minum formula tersebut, orang akan merasa kenyang tanpa makan namun tetap tercukupi kebutuhan gizinya.

Pada tahun 1980, di umurnya yang ke 24, Mark berusaha menjual formulanya dengan merek Herbalife. Seorang wanita menjadi pelanggan pertamanya. Wanita tersebut mampu mengurangi 9kg berat badannya dan kemudian memberitahukannya teman-temannya. Dari situlah langsung tersebar berita mengenai kemujaraban herbalife. Banyak pula yang merasa lebih muda, sehat, & berenergi setelah mengkonsumsi nutrisi Herbalife. Herbalife-pun naik daun dan mampu meraup penjualan sebesar 2 juta dollar di tahun pertamanya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Herbalife-pun berkembang pesat dan menjadi distributor terbesar di dunia yang menjual produk-produk herbal melalui network marketing. Sekarang penjualannya mencapai milyaran rupiah dengan dukungan lebih dari 2 juta distributor independen dari 92 negara.

Visi Mark Hughes adalah untuk membawa produk Pengelolaan Berat Badan, Produk Nutrisi dan produk perawatan diri yang paling bagus di dunia keseluruh penjuru dunia dari satu orang ke orang lain, dari satu kota ke kota lain, dari satu negara ke negara lain.

Herbalife dengan markas internasionalnya yang terletak di Los Angeles, California, Amerika Serikat, saat ini telah beroperasi di lebih 80 negara, dengan kawasan Asia Pasifik sebagai area pertumbuhan yang terbesar.Di Indonesia, Herbalife berpusat di Jakarta dan telah memiliki puluhan outlet di Indonesia termasuk di Riau kota Pekanbaru.

Herbalife adalah perusahaan *multi-level marketing* yang juga dikenal sebagai MLM ataupun *network marketing*. Modul dari bisnis ini, memperbolehkan distributor tidak hanya mendapat komisi dari penjualan langung dari produk mereka akan tetapi dari produk yang dijual dari distributor mereka kepada *downline* mereka. dari bisnis ini menjelaskan bahwa seperti skema piramida dimana jika distributor menjual produk dengan cara yang tepat maka mereka akan mendapat komisi yang hebat dari bisnis mereka.

Banyak fakta yang mengungkapkan bawa penggunaan produk penurun badan dari Herbalife memiliki rasa yang alami, mudah dalam pengunaannya, dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

harga produk herbalife pun juga terjangkau serta dianggap sebagai salah satu produk penurun berat badan yang sangat efektif di pasaran.

4.2. Struktur Organisasi

Jenjang karir Herbalife adalah sebagai berikut :

1. Distributor yaitu Pendapatan / Penghasilan antara 1-3 juta/bulan
2. *Senior Consultan* yaitu Pendapatan / Penghasilan antara 1-3 / bulan
3. *Success builder*yaitu Pendapatan / Penghasilan antara 3-4 juta/bulan
4. *Qualified produsen* yaitu Pendapatan / Penghasilan antara 4-5 juta/bulan
5. *Supervisor* yaitu Pendapatan / Penghasilan antara Rp.8 juta – 20 juta sebulan (Bisa lebih)
6. *World Team* yaitu Penghasilan Antara Rp. 10 Juta – 30 Juta Sebulan
7. *Global Expansion Team (Get Team)* yaitu Penghasilan Antara Rp. 15 Juta – 75 Juta Sebulan
8. *Millionaire Team* yaitu Penghasilan antara Rp. 40 juta – 175 juta sebulan
8. *Presidents Team* yaitu Penghasilan antara Rp. 100 juta – 2 milyar sebulan
10. *Chairman Club* yaitu Penghasilan antara Rp. 500 juta – 5 milyar sebulan
11. *Founder's Circle* yaitu Penghasilan Tak Terbatas, Penghasilan Setiap Distributor Bisa Berbeda-beda (Bahkan Walaupun dalam Level yang Sama) Tergantung Banyaknya Produk yang dijual dan Banyaknya Organisasi Masing2 (yang Aktif)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Keuntungan Organisasi *Downline*adalah Mendapatkan*royalty* bulanan, bonus bulanan dan komisi. Dan berhak atas *Vacation* Gratis Ke Luar Negeri, *Training* Gratis Dalam dan Luar Negeri, Pengakuan Di Ajang International, Menjadi Pembicara Di Ajang Nasional Dan Internasional, Dan sebagainya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.2. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Member Herbalife yang mengonsumsi produk Herbalife di kota Pekanbaru. Penelitian ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 55 orang. Dibawah ini akan terlihat identitas responden penelitian yang terdiri dari umur, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan.

1. Responden Berdasarkan Umur

Umur atau usia dapat mempengaruhi setiap orang dalam pengambilan keputusan. Dapat dilihat semakin tinggi tingkat usia seseorang maka setiap keputusan yang diambil tentunya lebih baik. Berikut ini merupakan komposisi umur responden dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut ini :

Tabel 5.1.
Distribusi Responden Menurut Kelompok Umur

Kelompok umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
20-30	44	80
31-40	8	14,5
41-50	3	5,5
Total	55	100

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden tertinggi terdapat pada kelompok umur 20 sampai 30 tahun yaitu 44 orang dengan persentase 80 % yang merupakan umur produktif dan dinamis serta mudah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dipengaruhi oleh beragam informasi dari luar termasuk juga dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi sehari-hari yang cendrung mengikuti pada pola hidup modern. kemudian jumlah responden Kelompok umur pada 31 tahun sampai 40tahun yaitu 8 orang dengan persentase 14,5 %. Sedangkan jumlah persentase terendah yaitu pada kelompok umur 41 tahun sampai umur 50 tahun dengan jumlahresponden 3 orang atau 5,5 %, merupakan kelompok umur yang sudah mapan, tetapi cenderung lebih selektif dan tidak gampang dipengaruhi, dengan kata lain tidak terlalu terpengaruhi oleh gaya kehidupan yang modern.

2. Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang biasanya dapat menjadi gambaran bagaimana tingkah dan prilaku seseorang baik dalam berbicara maupun dalam pengembangan pola pikir.Tentunya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula pola pikir atau intelektualnya.Dan berikut merupakan komposisi responden menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2
Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMA	38	69
D3	7	12,8
S1/ SARJANA	10	18,2
Total	55	100

Sumber: Data Olahan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden tertinggi adalah pada kategori tingkat pendidikan SMA yaitu 38 orang atau 69 %. Kemudian urutan kedua kategori pendidikan S1 atau sarjana yaitu 10 orang atau 18,2 %, sedangkan responden terendah yaitu kategori tamat D3 yang berjumlah 7 orang atau 12,8 %. Jadi tingkat pendidikan pada sampel penelitian tertinggi yaitu pada tingkat pendidikan SMA.

3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin mampu memberikan perbedaan baik itu dalam segi pendapat maupun dalam segi tingkah prilaku seseorang. Disetiap proses pembelian, jenis kelamin seseorang seringkali menjadi salah satu perbedaan dalam setiap pengambilan keputusan pembelian baik itu dalam segi produk maupun jasa.Dan berikut merupakan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, semua dapat terlihat dalam Tabel 5.3 berikut ini :

Tabel 5.3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	24	43,7
2	Perempuan	31	56,3
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa jumlah responden tertinggi yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang dengan persentase 56,3 %, dan jumlah responden laki-laki adalah 24 orang atau 43,7 %. Jenis kelamin perempuan cenderung lebih banyak dibanding jenis kelamin laki-laki, karena perempuan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

lebih mengutamakan penampilan, dengan cara menurunkan berat badan agar terlihat lebih menarik.

5.1.2. Analisis Penjualan Herbalife

Dalam penyusunan konsep penjualan Herbalife tidak terlepas dari aktifitas manajemen penjualan. Manajemen penjualan itu sendiri merupakan proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dan juga mencakup barang, jasa serta gagasan berdasarkan pertukaran dan tujuan Rumah sehat Gebyarrr Herbalife adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat. Pemasaran merupakan unsur penting dalam perusahaan Herbalife dan Rumah sehat Gebyarrr untuk menentukan sukses tidaknya suatu bisnis.Untuk itu perusahaan Herbalife dan Rumah sehat Gebyarrr harus menerapkan pengertian pemasaran dengan benar agar tetap bertahan.dibawah ini merupakan tabel penjualan Herbalife :

Tabel 5.4
Penjualan Herbalife Pada Rumah Sehat Gebyarrr Herbalife di Kota Pekanbaru 2017

Bulan	Penjualan
Januari	Rp.25.109.400
Februari	Rp.30.051.300
Maret	Rp.31.104.500
April	Rp.34.160.500
Mei	Rp.17.710.250
Juni	Rp.15.967.000
Juli	Rp.12.125.000
Agustus	Rp.25.338.100
September	Rp.15.029.400
Oktober	Rp.15.035.800
November	Rp.20.149.500
Desember	Rp.18.840.000

Sumber: Data Olahan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Herbalife atau pasar Herbalife semakin besar atau luas. Keberhasilan member mengajak dan menambah anggota akan meningkatkan omzet perusahaan Herbalife sehingga memberikan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan Herbalife memberikan keuntungannya kepada member dalam bentuk insentif berupa bonus.

Gambar 5.1



Cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM.

1. Mula-mula pihak perusahaan atau distributor herbalife lainnya berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli 1 paket produk herbalife dengan harga Rp. 560.000,00
2. Dengan membeli 1 paket produk Herbalife, maka calon member diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan Herbalife. kemudian Anda akan disponsori oleh seorang distributor herbalife, Sponsor Anda adalah distributor yang lebih dahulu bergabung dan mengajak anda masuk ke dalam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bisnis MLM Herbalife. Tugas Anda antara lain menjual produk-produk Herbalifedan mencari mitra bisnis baru sebanyak mungkin untuk bergabung menjadi distributor, hingga membentuk suatu jaringan yang luas.

3. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
4. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka iaakan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin tinggi level member nya dan banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.
5. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen tetap produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan sangat diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut.

Dari pengertian penjualan Herbalife dan sistem multi level marketing diatas, dapat penulis simpulkan bahwa penjualan Herbalife melalui sistem multi level marketing adalah strategi penjualan yang tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan member lain yang mereka rekrut atau yang sering disebut *downline*. penjualan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Herbalife di rumah sehat Gebyarrr pekanbaru dapat dilihat dengan beberapa variabel yaitu, produk, harga, distribusi/tempat dan pelayanan.

Gambar 5.2



Dilihat dari hasil penjualan Herbalife yang dinilai dari komposisi, Rasa yang dihasilkan, dan daya tahan produk. Dibawah ini dapat dilihat jawaban responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada member Herbalife yang mengonsumsi Produk Herbalife di kota pekanbaru dengan menilai komposisi Herbalife, rasa yang dihasilkan dan daya tahan produk.

Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Dibawah ini merupakan tabel harga Herbalife yaitu:

Tabel 5.5
Daftar Harga Produk Herbalife

No	Produk	Harga
1	Shake	Rp.400.000
2	Personal protein powder	Rp.400.000
3	Herbal Tea Concentrate	Rp.392.000
4	Fiber and herbs Tablet	Rp.160.000
5	Herbal Aloe Concentrate	Rp.392.000
6	Lippo Bond	Rp.282.000
7	Cell U loss	Rp.239.000
8	Herbal Nrg Instant Tea	Rp.264.000
9	Nite Work	Rp.630.000
10	Mixed Fiber	Rp.351.000

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.2.1. Memiliki Produk untuk Dijual

1. Produk yang Berkualitas

Setiap multilevel marketing memiliki produk ataupun jasa untuk dijual. Selain itu produk yang dijual tersebut harus produk yang berkualitas sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.6
Tanggapan Mengenai Produk yang Dijual Berkualitas

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	7	12,7
2	Setuju	34	61,9
3	Kurang Setuju	10	18,2
4	Tidak Setuju	4	7,2
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tanggapan responden di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 61,90% dan hanya 4 orang atau 7,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan penjualan produk Herbalife, maka produk Herbalife merupakan produk yang berkualitas. Dengan demikian konsumen tidak merasa dirugikan dalam membeli produk Herbalife, karena produk dapat dikonsumsi dan memiliki efek yang bagus untuk kesehatan karena produk Herbalife mengandung nutrisi lengkap yang dibutuhkan oleh tubuh dan sudah teruji secara klinis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kualitas Produk Dapat Dipertanggungjawabkan

Multilevel Herbalife merupakan multilevel yang menjual produk untuk dikonsumsi oleh konsumen baik yang member maupun non member. Mengingat produk ini untuk dikonsumsi langsung, maka produk berkualitas dan kualitasnya dapat dipertanggungjawabkan agar tidak menimbulkan efek samping terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk ini. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.7
Tanggapan Mengenai Kualitas Produk dapat Dipertanggungjawabkan

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	19	34,5
2	Setuju	24	43,6
3	Kurang Setuju	7	12,7
4	Tidak Setuju	5	9,2
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	55	55

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tanggapan responden di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 43,60% dan hanya 5 orang atau 9,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan penjualan produk Herbalife, maka produk Herbalife merupakan produk yang berkualitas dan kualitasnya dapat dipertanggungjawaban. Dengan demikian konsumen merasa aman dalam mengkonsumsi produk Herbalife. Hal ini karena dalam setiap kemasan produk Herbalife sudah dijelaskan apa saja komposisi yang ada dalam produk tersebut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sehingga konsumen dapat melakukan penilaian apakah produk tersebut cocok dengan kebutuhan tubuhnya ataupun tidak menimbulkan alergi yang membahayakan konsumen.

5.1.2.2.Upline Mau Membantu Downline

Secara global sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya keuntungan yang diperoleh distributor sangat tergantung kepada hasil kerja keras distributor dalam memasarkan produk dan memperoleh member baru.

1. Upline Selalu Aktif dalam Perekrutan Member Baru

Suatu bisnis MLM sangat bergantung pada aktivitas perekrutan member baru disamping juga memasarkan produk. Bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.8
Tanggapan Mengenai Upline Aktif dalam Perekrutan Member Baru

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	17	31,0
2	Setuju	23	41,8
3	Kurang Setuju	13	23,6
4	Tidak Setuju	2	3,6
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tanggapan responden di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 41,80% dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hanya 2 orang atau 3,6% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden setuju dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam perekrutan member baru, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline dalam memperoleh member baru, karena sistem kerja tersebut maka tentu saja uplin akan selalu memberikan bantuan karena kesuksesan setiap member baru maka juga merupakan kesuksesan uplinenya.

2. Upline selalu Aktif dalam Penjualan Produk

Herbalife merupakan salah satu metode pemasaran wirausaha dengan memanfaatkan sistem jaringan (network). Untuk itu upline harus aktif dalam penjualan produk. Bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.9
Tanggapan Mengenai Upline Aktif Melalukan Penjualan Produk

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	20,00
2	Setuju	28	51,00
3	Kurang Setuju	12	21,80
4	Tidak Setuju	4	7,20
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tanggapan responden di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 28 orang atau 51,00% dan hanya 4 orang atau 7,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

disimpulkan bahwa responden setuju dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam melakukan penjualan produk, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline dan downline dalam menjualan produk Herbalife. Maka dapat dilihat bahwa sistem kerja MLM Herbalife memang membutuhkan kerjasama yang baik antara upline dan downline dalam mencapai target penjualan produk.

3. Upline Memberikan Bantuan, Pembinaan kepada Downline

Dalam bisnis MLM saat seseorang menjadi anggota atau member maka ia sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu. Begitu juga halnya pada Herbalife setiap member baru akan mendapat paket produk Herbalife yang dapat digunakan secara pribadi. Produk-produk tersebut merupakan produk berkualitas sehingga konsumen aman mengkonsumsinya. Selanjutnya upline melakukan pembinaan, pelatihan dan membantu para member baru atau downline untuk merekruta anggota baru lainnya dan memasarkan produk Herbalife. Dibawah ini merupakan tabel tanggapan responden mengenai hal tersebut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.10
Tanggapan Mengenai Upline Membantu dan Membina Downline

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	14	25,4
2	Setuju	29	52,8
3	Kurang Setuju	8	14,5
4	Tidak Setuju	4	7,3
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai upline membina dan membantu para dowinline, hal ini dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 29 orang dengan persentase 52,8% dan hanya 4 orang atau 7,3% yang menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa upline selalu memberikan bantuan dan pembinaan kepada member baru yang bertujuan agar para member baru terampil dalam melakukan perekrutan dan penjualan produk Herbalife. Hal ini karena untuk meningkatkan pendapatan, maka para upline tergantung kepada kinerja member baru dalam memasarkan produk Herbalife dan juga dalam merekrut member baru berikutnya.

5.1.2.3. Memiliki Sistem yang Adil bagi Semua Member

. Menjadi member Herbalife keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya. Dibawah ini tabel tanggapan responden mengenai sistem keuntungan herbalife yaitu:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Mengenai Keuntungan yang Diperoleh Distributor Independen Jelas

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	14	25,5
2	Setuju	27	49,1
3	Kurang Setuju	12	21,8
4	Tidak Setuju	2	3,6
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai keuntungan yang diperoleh distributor independen jelas, hal ini dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 27 orang dengan persentase 49,10% dan hanya 2 orang atau 3,6% yang menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa member Herbalife keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya.

5.1.2.4. Produk yang Dijual Harganya Wajar

1. Produk yang Dijual Harganya Wajar

Dalam bisnis MLM saat seseorang menjadi anggota atau member maka ia sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Produk yang dijual tersebut harganya wajar dan tidak terlalu mahal. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Wajar

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	16	29,1
2	Setuju	30	54,5
3	Kurang Setuju	8	14,5
4	Tidak Setuju	1	1,9
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai harga produk yang dijual wasjar, hal ini dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 30 orang dengan persentase 54,5% dan hanya 1 orang atau 1,9% yang menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa Herbalife menerapkan harga jual yang wajar. Hal ini untuk menghindari terjadinya spekulasi dalam penjualan produk. Kebijakan harga produk yang tepat dapat menaikkan penjualan produk Herbalife

2. Harga Produk Sesuai Kualitas

Seperti halnya dengan penjualan produk biasa, penjualan berdasarkan sistem MLM juga hendaknya mengedepankan kualitas produk agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Harga jual produk hendaknya sesuai dengan kualitas produk yang dijual, agar konsumen tidak merasa kecewa. Harga produk yang sesuai dengan kualitas juga akan membantu para member dalam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perekrutan member baru. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.13
Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Sesuai Kualitas

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	14	25,4
2	Setuju	28	51
3	Kurang Setuju	10	18,2
4	Tidak Setuju	3	5,4
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai harga produk sesuai dengan kualitas produk, hal ini dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 28 orang dengan persentase 51%. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa Herbalife menawarkan produk yang berkualitas dan kualitas produk Herbalife sesuai dengan harga jualnya. Kondisi ini dapat membantu member dalam meyakinkan masyarakat terhadap produk Herbalife. Jika kualitas produk sudah sesuai dengan harga jualnya, maka para member tidak akan merasa kesulitan lagi dalam memasarkan produk Herbalife dan juga dalam merekrut member baru.

5.1.2.5. Multi Level Marketing Herbalife Berbadan Hukum

Network marketing karena merupakan sebuah jaringan kerja pemasaran yang di dalamnya terdapat sejumlah orang yang melakukan proses pemasaran

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

produk/jasa. Pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah Upline (tingkat atas) dan Downline (tingkat bawah). Hal penting yang perlu diketahui oleh konsumen adalah apakah perusahaan MLM itu sudah berbadan hukum, misalnya memliki SIUPL dan NPWP, hal ini untuk menghindari terjadinya penipuan yang dapat merugikan konsumen. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.14
Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Multi Level Marketing sudah Berbadan Hukum

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	21,9
2	Setuju	27	49,1
3	Kurang Setuju	13	23,6
4	Tidak Setuju	3	5,4
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel 5.14, maka dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai Perusahaan Multi Level Marketing sudah berbadan hukum, dapat dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 27 orang dengan persentase 49,10% dan hanya 3 orang atau 5,4% yang menyatakan tidak setuju. Tanggapan responden menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Herbalife Perusahaan Multi Level Marketing sudah berbadan hukum resmi. Dengan demikian MLM Herbalife memiliki jaminan secara hukum baik bagi masyarakat luas, konsumen produk Herbalife maupun para member Herbalife. Jaminan hukum dalam suatu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bisnis merupakan hal yang penting untuk menghindari terjadi penipuan dan penggelapan yang dapat merugikan semua pihak terutama para member Herbalife itu sendiri.

5.1.2.6. Multi Level Marketing Memiliki Suppor Sistem yang Baik

Dalam multi level marketing sistem pemasaran modern menggunakan jaringan distribusi yang dibangun memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Artinya MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran. Member diharuskan mencari member baru tetapi juga menawarkan produk-produk Herbalife yang ada kepada konsumen. Setiap member terutama member yang baru harus mengetahui dengan jelas produk-produk yang ditawarkan, harga jual, manfaat dan khasiat produk tersebut kepada konsumen dan calon anggota member baru. Agar kegiatan MLM dapat berjalan dengan baik, maka perlu didukung oleh support sistem yang baik, yang dapat diakses dengan mudah oleh seluruh member sehingga sistem kerja MLM tersebut transparan.

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai hal ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Mengenai MLM Memiliki Support Sistem yang Baik

No	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	15	27,2%
2	Setuju	21	38,2%
3	Kurang Setuju	17	31%
4	Tidak Setuju	2	3,6%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		55	100

Sumber: Data Olahan

Pada tabel 5.15, maka dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai pentingnya menerapkan Multi Level Marketing memiliki support sistem yang baik, dapat dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 38,20% dan hanya 2 orang atau 3,6% tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa MLM Herbalife memiliki support sistem yang baik, yang mudah diakses oleh para member. Setiap member terutama member yang baru harus mengetahui dengan jelas produk-produk yang ditawarkan, harga jual, manfaat dan khasiat produk tersebut kepada konsumen dan calon anggota member baru.

Untuk mengetahui rekapitulasi tanggapan responden mengenai penjualan multilevel marketing produk Herbalife, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.16
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penjualan pada Multi Leverl Marketing Produk Herbalife

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	KS 3	TS 3	STS 1	Jml	Skor
1	Produk yang dijual produk berkualitas	7	34	10	4	-	55	3,80
	Skor	35	136	30	8	-	209	
2	Kualits produk dapat dipertanggungjawabkan	19	24	7	5	-	55	4,04
	Skor	95	96	21	10	-	222	
3	Upline selalu aktif dalam hal perekrutan member baru	17	23	13	2	-	55	4,07
	Skor	85	92	39	8	-	224	
4	Upline selalu aktif dalam penjualan produk	11	28	12	4	-	55	3,84
	Skor	55	112	36	8	-	211	
5.	Upline memberikan bantuan, pembinaan, kepada downline	14	29	8	4	-	55	3,96
	Skor	70	116	24	8	-	218	
6.	Menguntungkan semua member yang bekerja keras	14	27	12	2	-	55	3,96
	Skor	70	108	36	4	-	218	
7.	Produk yang dijual harganya wajar	16	30	8	1	-	55	4,11
	Skor	80	120	24	2	-	226	
8.	Harga produk sesuai dengan kualitas produk	14	28	10	3	-	55	3,96
	Skor	70	112	30	6	-	218	
9.	Berbadan hukum resmi memiliki SIUPL dan NPWP	12	27	13	3	-	55	3,87
	Skor	60	108	39	6	-	213	
10.	Memiliki support sistem yang mudah diakses member	15	21	17	2	-	55	3,89
	Sko	75	84	51	4	-	214	
	Jumlah	139	271	110	30	0	550	
	Rata-rata	14	27	11	3	0	55	**3,95**
	Persentase	25,45	49,09	20,00	5,45	0	100	

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.16 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 27 orang atau 49,09%. Selanjutnya skor yang diperoleh adalah 3,95. Hal ini berarti bahwa menurut responden penjualan pada

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

multilevel marketing Herbalife sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan ciri khas dari penjualan MLM. Hanya 3 orang atau 5,45% yang menyatakan tidak setuju. Hal ini karena tidak setiap sponsor atau up-line berusaha membantu dalam meningkatkan kualitas distributornya sehingga terkadang distributor harus berjuang sendiri dalam mencapai jumlah penjualan dan peningkatan jumlah member. Selain itu pembagian komisi atau bonus biasanya juga tidak dilakukan sebulan sekali, tetapi pembagiannya tidak teratur sesuai dengan penjualan dan perekrutan member baru.

Berdasarkan tanggapan responden, yang mendapat skor paling rendah adalah produk yang dijual adalah produk berkualitas dengan skor 3,80, artinya produk Herbalife menurut responden masih lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan produk pesaing. Saat ini cukup banyak produk-produk makanan nutrisi untuk tubuh yang dipasarkan secara MLM seperti Amway 4Life, KK, CNI dan lain-lain. Dengan demikian konsumen memiliki berbagai pilihan merek dan jenis produk makanan nutrisi. Sehingga kualitas Herbalife dianggap lebih rendah dibandingkan dengan merek sejenis yang baru muncul di pasar MLM.

Tanggapan dengan skor terendah berikutnya adalah upline selalu aktif dalam penjualan produk yang mendapat skor 3,84. Hal ini menunjukkan bahwa upline kurang aktif dalam menjual produk, karena penjualan produk lebih banyak dilakukan oleh para member baru.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tanggapan responden dengan skor tertinggi adalah produk yang dijual harganya wajar dengan skor 4,11, artinya menurut responden harga jual produk Herbalife lebih wajar dibandingkan dengan harga produk merek pesaing. Dengan demikian produk merek pesaing dengan kandungan nutrisi dan fungsi yang sama bagi kesehatan tubuh namun memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan produk Herbalife.

Faktor yang mendapat skor tertinggi berikutnya adalah Upline lebih fokus pada perekrutan member baru dapat dilihat dari tanggapan responden yang menjawab setuju dengan skor 4,07. Kondisi ini menunjukkan bahwa upline ternyata lebih mendahulukan untuk merekrut member baru dibandingkan ikut penjual produk. Sehingga penjualan produk lebih banyak dilakukan oleh para member baru.

5.2. Pembahasan

Multilevel marketing Herbalife sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan ciri khas dari penjualan MLM seperti dikemukakan oleh 27 orang atau 49,09% responden, hanya 3 orang atau 5,45% yang menyatakan tidak setuju dengan skor 3,95 yang berkategori Cukup Baik. Hal ini karena tidak setiap sponsor atau up-line berusaha membantu dalam meningkatkan kualitas distributornya sehingga terkadang distributor harus berjuang sendiri dalam mencapai jumlah penjualan dan peningkatan jumlah member.

Dalam menjalankan penjualan produk Herbalife, maka produk Herbalife merupakan produk yang berkualitas, seperti pendapat sebagian besar responden

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menyatakan setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 61,90% dan hanya 4 orang atau 7,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian konsumen tidak merasa dirugikan dalam membeli produk Herbalife.

Multilevel Herbalife merupakan multilevel yang menjual produk untuk dikonsumsi oleh konsumen baik yang member maupun non member. Mengingat produk ini untuk dikonsumsi langsung, maka produk berkualitas dan kualitasnya dapat dipertanggungjawabkan agar tidak menimbulkan efek samping terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk ini. Sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 43,60% dan hanya 5 orang atau 9,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan penjualan produk Herbalife, maka produk Herbalife merupakan produk yang berkualitas dan kualitasnya dapat dipertanggungjawaban. Dengan demikian konsumen tidak merasa aman dalam mengkonsumsi produk Herbalife.

Suatu bisnis MLM sangat bergantung pada aktivitas perekrutan member baru disamping juga memasarkan produk. Sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 41,80% dan hanya 2 orang atau 3,6% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden setuju dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam perekrutan member baru, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline dalam memperoleh member baru.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sebagaimana multi level marketing lainnya, Herbalife memasarkan produk-produknya dengan sistem jaringan (network) dimana di dalamnya terdapat sejumlah orang yang melakukan proses penjualan produk/jasa. Untuk itu upline harus aktif dalam penjualan produk. Sebagian besar responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 28 orang atau 51,00% dan hanya 4 orang atau 7,2% yang menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden setuju dalam menjalankan MLM, upline selalu aktif dalam melakukan penjualan produk, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline dalam menjualan produk Herbalife.

Upline berkewajiban melakukan pembinaan, pelatihan dan membantu para member baru atau downline untuk merekrut anggota baru lainnya dan memasarkan produk Herbalife. Tanggapan responden mengenai upline membina dan membantu para dowinline, yang setuju sebanyak 29 orang dengan persentase 52,8% dan hanya 4 orang atau 7,3% yang menyatakan tidak setuju. Artinya sebagian besar responden setuju bahwa upline selalu memberikan bantuan dan pembinaan kepada member baru yang bertujuan agar para member baru terampil dalam melakukan perekrutan dan penjualan produk Herbalife. Hal ini karena untuk meningkatkan pendapatan, maka para upline tergantung kepada kinerja member baru dalam memasarkan produk Herbalife dan juga dalam merekrut member baru berikutnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menjadi member Herbalife akan mendapat keuntungan berdasarkan sistem perhitungan yang jelas yaitu menurut hasil penjualan pribadi maupun jaringan miliknya. Tanggapan responden mengenai keuntungan yang diperoleh distributor independen jelas, hal ini dilihat dari tanggapan responden yang setuju sebanyak 27 orang dengan persentase 49,10% dan hanya 2 orang atau 3,6% yang menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa member Herbalife keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya.

Dalam bisnis MLM saat seseorang menjadi anggota atau member maka ia sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan. Produk yang dijual tersebut harganya wajar dan tidak terlalu mahal. Tanggapan responden mengenai harga produk yang dijual wajar, sebanyak 30 orang dengan persentase 54,5% dan hanya 1 orang atau 1,9% yang menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa Herbalife menerapkan harga jual yang wajar. Hal ini untuk menghindari terjadinya spekulasi dalam penjualan produk. Kebijakan harga produk yang tepat dapat menaikkan penjualan produk Herbalife

Seperti halnya dengan penjualan produk biasa, penjualan berdasarkan sistem MLM juga hendaknya mengedepankan kualitas produk agar konsumen

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mau membeli produk yang ditawarkan. Harga jual produk hendaknya sesuai dengan kualitas produk yang dijual, agar konsumen tidak merasa kecewa. Harga produk yang sesuai dengan kualitas juga akan membantu para member dalam perekrutan member baru. Tanggapan responden mengenai harga produk sesuai dengan kualitas produk, sebanyak 28 orang menyatakan setuju dengan persentase 51%. Artinya responden setuju bahwa Herbalife menawarkan produk yang berkualitas dan kualitas produk Herbalife sesuai dengan harga jualnya. Kondisi ini dapat membantu member dalam meyakinkan masyarakat terhadap produk Herbalife. Jika kualitas produk sudah sesuai dengan harga jualnya, maka para member tidak akan merasa kesulitan lagi dalam memasarkan produk Herbalife dan juga dalam merekrut member baru.

Hal penting yang perlu diketahui oleh konsumen adalah apakah perusahaan MLM itu sudah berbadan hukum, misalnya memliki SIUPL dan NPWP, hal ini untuk menghindari terjadinya penipuan yang dapat merugikan konsumen. Responden yang menjawab setuju sebanyak 27 orang dengan persentase 49,10% dan hanya 3 orang atau 5,4% yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa Herbalife Perusahaan Multi Level Marketing sudah berbadan hukum resmi. Dengan demikian MLM Herbalife memiliki jaminan secara hukum baik bagi masyarakat luas, konsumen produk Herbalife maupun para member Herbalife. Jaminan hukum dalam suatu bisnis merupakan hal yang penting untuk menghindari terjadi penipuan dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

penggelapan yang dapat merugikan semua pihak terutama para member Herbalife itu sendiri.

Multi level marketing atau MLM merupakan sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi. Agar kegiatan MLM dapat berjalan dengan baik, maka perlu didukung oleh support sistem yang baik, yang dapat diakses dengan mudah oleh seluruh member sehingga sistem kerja MLM tersebut transparan. Tanggapan responden yang setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 38,20% dan hanya 2 orang atau 3,6% yang menyatakan tidak setuju. Responden setuju bahwa MLM Herbalife memiliki support sistem yang baik, yang mudah diakses oleh para member. Setiap member terutama member yang baru harus mengetahui dengan jelas produk-produk yang ditawarkan, harga jual, manfaat dan khasiat produk tersebut kepada konsumen dan calon anggota member baru.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Baju Pramutoko (2011) yang berjudul Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di kota Kediri. Hasil penelitian menyatakan bahwa penjualan melalui sistem Multilevel Marketing sering hanya memperhatikan bagaimana cara merekrut distributor baru tanpa memperhatikan peningkatan penjualan produk. Penelitian Naila Vellayati (2012) dengan judul Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing TIENS kota Medan Strategi Perekrutan. Hasil penelitian mengatakan bahwa strategi prekrutan prospek yang dilakukan oleh downline dan upline Tiens menggunakan sistem duplikasi dalam perekrutan. Sedangkan penelitian Desefty Hukhaira Siregar (2013) dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Multi Level Marketing

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

(MLM) Syariah terhadap pendapatan Anggota pada PT Wahida Indonesia Cabang Medan. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran Multi Level Marketing (MLM) syariah dapat meningkatkan pendapatan anggota pada PT Wahida Indonesia Cabang Medan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

PENUTUP

Sebagai akhir dari penulisan dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi penelitian yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

6.1. Kesimpulan

1. MLM Herbalife memperoleh skor rata-rata 3,95, hal ini berarti bahwa menurut responden penjualan pada multilevel marketing Herbalife sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan ciri khas dari penjualan MLM.
2. Upline selalu aktif dalam perekrutan member baru, hal ini karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh upline dan downline sangat tergantung kepada hasil kerja keras upline merekrut member baru. Upline MLM Herbalife selalu memberikan bantuan dan pembinaan kepada member baru.
3. Keuntungan yang diperoleh distributor independen jelas, karena dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya.
4. Harga produk MLM yang dijual dapat dikatakan wajar, karena kebijakan harga produk yang tepat dapat menaikkan penjualan produk Herbalife. Herbalife menawarkan produk yang berkualitas dan kualitas produk Herbalife sesuai dengan harga jualnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5. Herbalife sudah berbadan hukum resmi, maka MLM Herbalife memiliki jaminan secara hukum baik bagi masyarakat luas, konsumen produk Herbalife maupun para member Herbalife.
6. MLM Herbalife memiliki support sistem yang baik, yang mudah diakses oleh para member.

6.2. Saran

1. Untuk bisa meningkatkan penjualan Herbalife, maka peran serta ponsor atau up-line harus diusahakan dalam membantu dalam meningkatkan penjualan produk jangan hanya merekrut member baru saja. Sehingga terkadang distributor harus berjuang sendiri dalam mencapai jumlah penjualan tanpa bantuan dari upline.
2. Perusahaan perlu memperhatikan masalah kualitas produk, karena bisnis MLM produk makanan nutrisi semakin tinggi persaingannya sehingga konsumen lebih tertarik pada produk-produk pesaing baru dengan promosi yang lebih menarik sehingga konsumen yakin produk pesaing lebih berkualitas dari produk Herbalife
3. Perusahaan juga perlu mempertahankan harga jual produk yang wajar, agar dapat terjangkau oleh konsumen.
4. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisa kuantitatif dengan membandingkan strategi pemasaran MLM dengan tingkat penjualan atau minat konsumen dalam membeli produk MLM.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Lukman Denda Wijaya,2001,***Manajemen Perbankan,****Bogor,Ghalia Indonesia*

Agus Sartono, 2001,***Manajemen Keuangan "Teori dan Aplikasi"***, Yogyakarta , Penerbit BPFE-Yogyakarta

Totok Budisantoso,2006,***Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,***Jakarta Selatan,Salemba Empat

Brigham, E F., Houston, J F., 2006,***Dasar-Dasar Manajemen Keuangan***, Buku Kedua, Edisi Kesepuluh,Jakarta, Penerbit Salemba Empat

Drs.Muchdarsyah Sinungan,2000,***Manajemen Dana Bank,***Jakarta Timur,Bumi Aksara

Hartijo Agus, Martono D., 2004,***Manajemen Keuangan Edisi Pertama,***Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

Heri Sudarsono,2003,***Bank dan Lembaga Keuangan Syariah,***Yogyakarta, Penerbit Ekonisia

Jaih Mubarok,2004,***Perkembangan Fatwa Ekonomi Syari'ah di Indonesia,*** Bandung, Pustaka Bani Quraisy

Muhammad,2005,***Manajemen Bank Syariah,***Yogyakarta,UPP AMP YKPN

Hartijo Agus,Martono D.,2001,***Manajemen Perkreditan,***Jakarta,Bumi Aksara

Rida Rahim,Yuma Irpa,2008,***Analisa Efisiensi Operasional terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah dan Unit Syariah(studi kasus BSM dan BNI Syariah),***Jurnal Bisnis &Manajemen,Vol 4,No.3,hal.1-7

Sugiyono, 2004*,* ***Metodologi Penelitian Administrasi****,* Bandung, Alfabeta

Walsh, Ciaran, 2004, ***Key Management Ratios : Rasio-rasio Manajemen Penting, Penggerak dan Pengendali Bisnis,*** terjemahan Shalahuddin Haikal, Penerbit : Erlangga, Jakarta

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :