

Analisis faktor-faktor pendukung terhadap kinerja mitra usaha cni dalam pengembangan bisnis mlm

Ikhsan Sobirin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=103073&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis MLM merupakan salah satu cara atau metode dari penjualan langsung (direct selling) melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh tenaga penjual/member/distributor yang independent yang terstruktur dalam tingkatan-tingkatan yang berbeda. Tenaga penjual tersebut kemudian membangun jaringannya dengan merekrut, memotivasi, mensuplai, melatih downline mereka untuk memperkenalkan barang atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut dan bcluja berdasarkan komisi dan bonus yang dihasilkan dari penjualan produk dan bukan dari hasil perekrutan/referensi anggota. Penjualan langsung ini didefinisikan sebagai penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara langsung ke individu-individu tertentu di rumah dan tempat kerja mereka, melalui transaksi yang dilakukan oleh si penjual (Clothier, 1992). Penjualan pribadi (penjualan personal) merupakan suatu bentuk interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih dengan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan (Cravens, 1994). Untuk itu dalam bisnis MLM, kinerja mitra usaha sangatlah penting untuk diperhatikan, dalam hal ini menarik bagi peneliti untuk meneliti topik analisis faktor-faktor pendukung terhadap kinerja mitra usaha CNI dalam pengembangan bisnis MLM-. Penelitian ini mengacu pada model yang dibuat oleh peneliti atas dasar survei wawancara terhadap 30 orang mitra usaha CNI dari berbagai posisif jenjang prestasi, dimana hasilnya dapat disimpulkan bahwa terdapat tujuh faktor utama yang mempengaruhi kinerja mereka yaitu kualitas produk, sistem komisi, jenjang prestasi, pelatihan, RPU, downline dan upline. Dan jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Untuk menguji kerangka konseptual, regresi dimana variabel indikator diolah adalah dengan menggunakan SPSS 12. Peneliti kemudian menganalisis variabel apa yang memberikan pengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap kinerja mitra usaha CNI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, RPU (Rencana Pengembangan Usaha), downline dan upline memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja miua usaha CNI. Sedangkan sistem komisi, sistem jenjang prestasi dan pelatihan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja mitra usaha CNI. Maka dengan perbedaan ini, peneliti mencoba merumuskan beberapa upaya/solusi yang dapat ditempuh oleh CNI. Selain itu, peneliti juga mengajukan beberapa saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya agar lebih representatif.

MLM is a marketing method that makes use of direct selling through a network of independent salespersons structured in different levels. These independent salespersons (members/distributors) are encouraged to build and manage their own sales force by recruiting, motivating, supplying, and training others (downline) to sell products. They earn commissions from what they sell, as well as a certain portion of the commissions from the sales of their downlines, a reward for their effort in expanding the overall network of salespersons for the company. To a MLM company, these salespersons disregard of their levels are collectively called Business Partner (Mitra Usaha). This direct selling is defined as selling goods or services that are conducted directly to certain individuals in their house or their office through transactions

accomplished by the seller (Clothier, 1992). Personal selling is a form of direct interaction with a potential buyer or more by performing a presentation, answering question, and receiving order (Cravens, 1994). For a MLM company, the performance of business partner is a key factor of business success and there for it is an important parameter to monitor in the management of MLM network. In this case, it is interesting for the Researcher to research the topic for analyzing the supporting factors towards the performance of CNI business partner in developing MLM business. This research referred to a model that was developed by the Researcher based on an interview survey towards 30 CNI business partners from variable positions/achievement path where the results were concluded that there are seven main factors that influence their cooperation which are product quality, commission system, achievement path, training, RPU, down-line and up-line. And total respondent in this research are 100 respondents.

In order to evaluate the conceptual tiamework, the variable indicator processed by using regression in SPSS 12. Then, the Researcher analyzed which variables that gave the significant influence and which not significant towards the CNI business partner performance. The result of the research showed that the product quality, RPU (Rencana Pengembangan Usaha / Business Development Plan), down-line and up-line give significant influence towards the improvement of CNI business partner performance. Meanwhile the commission system, achievement path and training are not giving significant influence towards the improvement of CNI business partner performance. Therefore, with these differences, the Researcher attempts to fonnulate several efforts/solutions that could be attained by CNI. Instead of that, the Researcher also provides several recommendations for subsequently researches that could be more representative.</i>