



UNIVERSITAS JEMBER

**HUBUNGAN ANTARA PENJUALAN LANGSUNG PEMASARAN AMWAY DENGAN
SIKAP MENTAL WIRASWASTA MAHASISWA YANG TERJUN DI DALAMNYA
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Dalam Rangka Menunjang



Oleh :

Bambang Irwanto

9002104029

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

Januari, 1996

PT1
KELAS
338.04
IR W
PT196.01 R

[Handwritten signature]

MOTTO :

"Sepanjang tepi jalan bisnis dipenuhi orang-orang brilian yang mengawali kerjanya dengan semangat berapi-api namun kekurangan stamina untuk menyelesaikannya. Tempat mereka diambilalih oleh pekerja keras dan tekun yang tidak pernah tahu kapan berhenti"

(J.R. Todd).

SKRIPSIKU INI KU PERSEMBAHKAN KEPADA :

1. bapak dan ibu tercinta yang tiada miskin akan do'a:
2. kakakku Samadiah yang tercinta:
3. bapak dan ibu guru yang tercinta.
4. Almamater tercinta.

HUBUNGAN ANTARA PENJUALAN LANGSUNG PEMASARAN AMWAY DENGAN
SIKAP MENTAL WIRASWASTA MAHASISWA YANG TERJUN DI
DALAMNYA DI KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER

Diajukan untuk dipertahankan di depan Tim penguji guna
memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program
pendidikan sarjana pada jurusan Ilmu Pendidikan pro-
gram Pendidikan Luar Sekolah

Oleh:

Nama Mahasiswa : Bambang Irwanto
N I M : 9002104029
Angkatan Tahun : 1990
Daerah Asal : Tulungagung
Tempat Tgl. Lahir : Tulungagung 15 April 1971
Jurusan/Program : Ilmu Pendidikan Program Pen-
didikan Luar Sekolah

Diaetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Inoko Suhud


Drs. Bambang Soepeno MPd

NIP. 130 355 407

NIP. 131 680 779

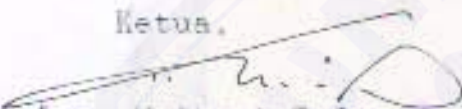
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji, dan diterima oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pada Hari :
Tanggal :
Jam :
Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,


Drs. Haitani Sofwan


Drs. A.T. Handrawijaya

NIP : 130 239 034

NIP : 131 593 405

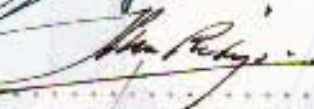
Anggota:

1. Drs. Djoko Suhud
NIP : 130 355 407

2. Drs. Kuenan Rijadi
NIP : 130 355 406

3. Drs. Marjono
NIP : 130 368 782

()

()

()

Mengetahui



Drs. Soedarwoto

NIP : 130 325 914



KATA PENGANTAR

Mengucapkan puji syukur Alhamdulillah Kehadirst Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kemurahan-Nya, penulis menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini tidak berlebihan kiranya jika pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. dekan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember:
2. ketua Jurusan Ilmu Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember:
3. dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini:
4. semua dosen khususnya dosen Jurusan Ilmu Pendidikan Program Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember:
5. semua pihak yang telah ikut memberikan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang berifat membangun.

Akhirnya mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, Desember 1995

Penulis

DAFTAR ISI

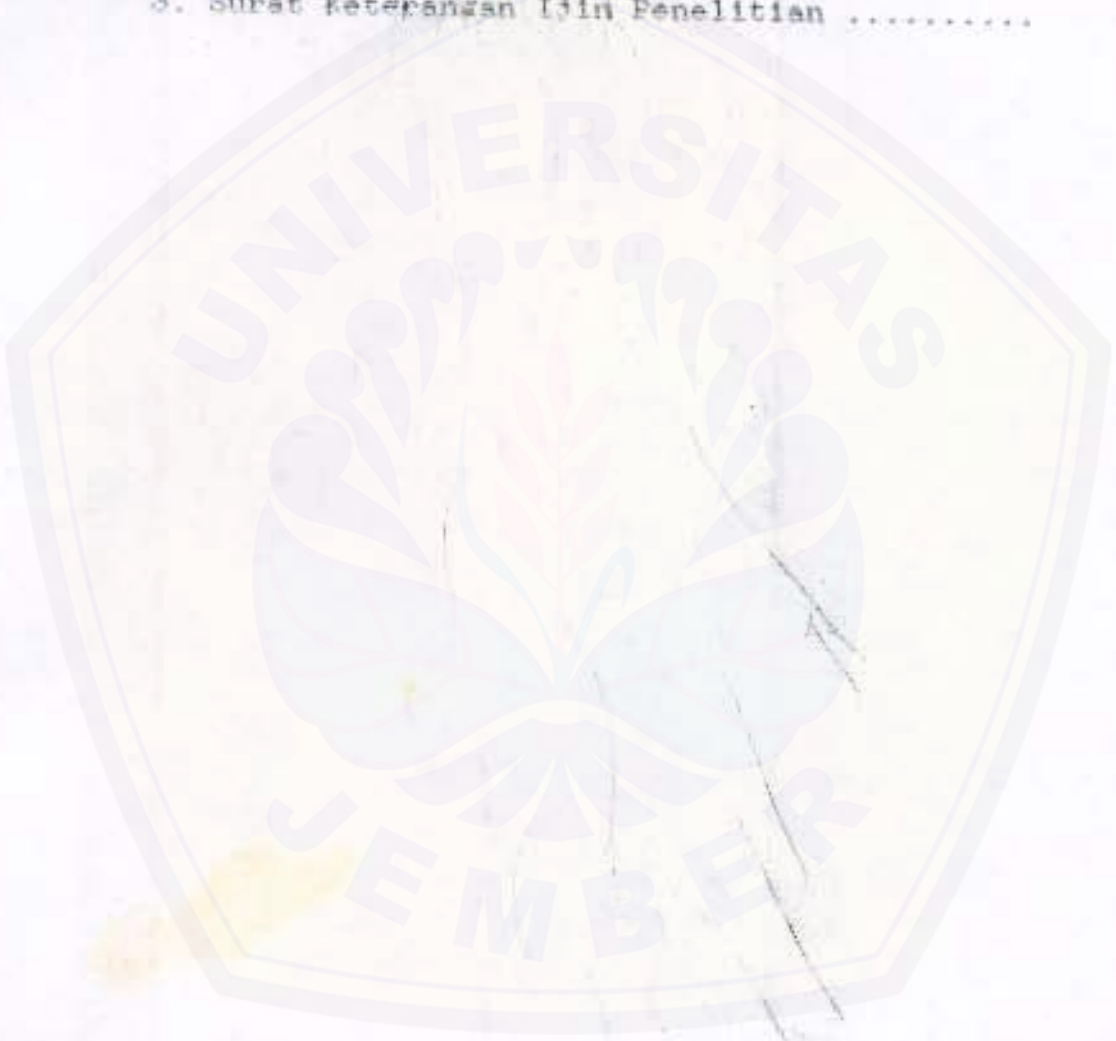
HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PEBGESAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	vii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN PETA KECAMATAN SUMBERSARI	xi
HALAMAN ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan-Batasan	4
1.2.1 Pengertian Judul	4
1.2.2 Perumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II DASAR PANDANGAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1 Dasar Pandangan Teori Tentang Penjualan Lang Pemasaran Amway	7
2.1.1 Konsep-Konsep Penjualan Langsung Pemasaran Amway	11
2.2 Dasar Pandangan Teori Tentang Pengembang an Sikap Mental Wiraewasta	20
2.2.1 Berkemauan Keras	21
2.2.2 Keyakinan yang Kuat Atau Kekuatan yang Ada Pada Dirinya	23
2.2.3 Kejujuran dan Tanggung Jawab	24

2.2.4	Ketahanan Fisik dan Mental	24
2.2.5	Ketekunan dan Keuletan Bekerja ..	25
2.2.6	Pemikiran yang Konstruktif dan Kreatif	27
2.3	Dasar Pandangan Teori Hubungan Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan Sikap Mental Wirswasta	28
2.4	Hipotesis Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penentuan Daerah Penelitian	32
3.2	Metode Penentuan Responden	32
3.3	Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1	Metode Angket	34
3.3.2	Metode Observasi	36
3.3.3	Metode Wawancara	36
3.3.4	Metode Dokumentasi	37
3.4	Metode Analisis Data	38
 BAB IV LAPORAN PENELITIAN ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS		
4.1	Gambaran Umum Daerah Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Umum Mahasiswa yang terjun dalam Penjualan Langsung Pemasaran Amway	44
4.2	Data Penelitian	46
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	50
4.4	Diskusi	53
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN :

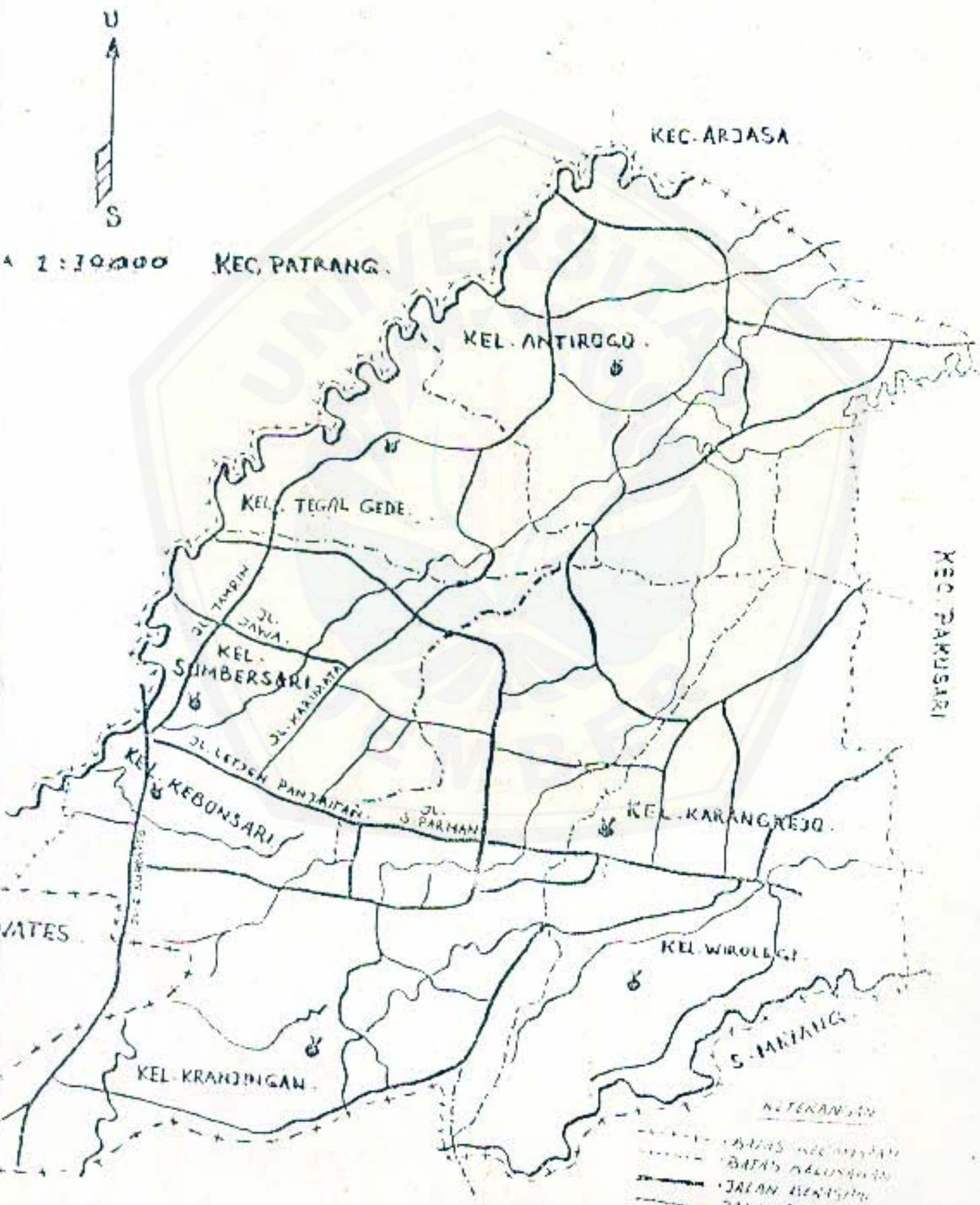
1. Matrik Penelitian
2. Instrumen Penelitian
- 2.1 Tuntunan Observasi
- 2.2 Tuntunan Interview
- 2.3 Tuntunan Dokumentasi
- 2.4 Angket Penelitian
3. Surat Keterangan Ijin Penelitian



DAFTAR TABEL

No. Tabel	U R A I A N	Hal.
1.	Luas Wilayah	41
2.	Data Penduduk	42
3.	Data Penduduk Menurut Agama	42
4.	Data Penduduk Berdasarkan Jenis Pendidikan formal	43
5.	Kondisi Sarana Prasarana Jenis	43
6.	Sarana Perekonomian	44
7.	Nama Mahasiswa Yang Terjun Dalam Penjualan Langsung Sistem Multi-Level Pemasaran Amway	45
8.	Scoring Data Penjualan Langsung Sistem Multi-Level Pemasaran Amway Mahasiswa Yang Terjun Didalamnya Di Kecamatan Sumber Sari Kabupaten Jember	47
9.	Scoring Data Tentang Sikap Mental Wiraswasta	49
10.	Tabel Kerja Untuk Menghitung Koefisien Korelasi Variabel X dan Y	51

PETA KECAMATAN SUMBERSARI.



ABTRAK

Bambang Irwanto, Desember 1995, **Hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway Dengan Sikap Mental Wiraswasta Mahasiswa yang Terjun di Dalamnya di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Tahun 1995/1996.**

Skripsi, Program Pendidikan Luar Sekolah, Jurusan Ilmu Pendidikan, FKIP Universitas Jember.

Pembimbing: (I) DRS. Djoko Suhud (II) DRS. Bambang Soepeno Mpd.

Kata Kunci: penjualan langsung pemasaran Amway, sikap mental wiraswasta

Pemasaran mempunyai peran sangat penting di dalam kehidupan yang modern, sehingga perkembangan pemasaran selalu mendapat perhatian, salah satu karakteristik pemasaran dalam era globalisasi adalah munculnya apa yang di sebut Penjualan Langsung Pemasaran Amway yang banyak melibatkan sumber daya manusia.

Penelitian ini diawali dengan suatu permasalahan yaitu adakah hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun di dalamnya di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Daerah Tingkat II Jember tahun 1995.

Adapun tujuan yang hendak diraih yaitu ingin mengetahui adanya hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun di dalamnya di kecamatan Sumbersari.

Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan antara Penjualan Langeung Pemasaran Amway dengan Sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun didalamnya di kecamatan Sumbeersari kabupaten Daerah ingkat II Jember.

Penelitian ini dilakukan pada waktu kurang lebih sepuluh bulan dengan mengambil tempat di kecamatan Sumber-sari kabupaten Jember. Sedangkan metode penentuan responden penelitian yang digunakan adalah populasi research yaitu mengambil seluruh anggota populasi yang ada di kecamatan Sumber-sari. Untuk memperoleh data penelitian digunakan metode angket sebagai metode utama, metode observasi, metode interview, dan metode dokumentasi sebagai metode pelengkap.

Metode analisis datanya dengan menggunakan uji statistik "Teknik Korelasi Product Moment" rumus angka kasar, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right] \left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- $\sum X$ = Total dari variabel X
- $\sum Y$ = Total dari variabel Y
- $\sum XY$ = Total dari hasil kali X dan X
- N = Jumlah responden

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah "Ada hubungan antara Penjualan Langsung Pemasarkan Amway dengan sikap mental wirausaha mahasiswa yang terjun di dalamnya di Kecamatan Sumber-sari Kabupaten Daerah Tingkat II Jember tahun 1995".

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di negara maju pemasaran mempunyai peran sangat penting, baik dalam hal pola perekrutan perusahaan maupun dalam hal memantau perbuatan individu-individu, sehingga wajar bila perkembangan pemasaran di negara maju selalu mendapat perhatian dunia. Hal itu tidak lain karena perubahan-perubahan yang ada di negara maju akan membawa pengaruh global terhadap negara-negara lain khususnya negara-negara berkembang.

Indonesia yang merupakan negara berkembang jelas tidak bisa menghindar begitu saja dari perubahan-perubahan yang terjadi di negara-negara maju apalagi di era globalisasi seperti sekarang ini. Bahkan mau atau tidak mau, siap atau tidak siap globalisasi adalah pernyataan hidup yang kita alami, baik sebagai bangsa ataupun sebagai individu.

Salah satu karakteristik pemasaran dalam era globalisasi adalah munculnya apa yang disebut penjualan langsung Amway. penjualan langsung Amway ini merupakan suatu bagian dari beberapa contoh bentuk penjualan langsung langsung yang mempunyai ciri khas tertentu, dan berbeda dengan bentuk-bentuk penjualan langsung lainnya.

Penjualan langsung Amway adalah industri yang menggunakan bentuk pasar yang lebih luas dibandingkan sebelumnya, dan mencakup gerak yang amat efisien dan efektif pada tingkat eceran karena besarnya perluasan gerak dari individu-individu yang melancarkan program pemasaran.

Di Indonesia sendiri yang berpenduduk 188 juta jiwa, dimana sebagian besar masyarakatnya tergolong dalam kelas ekonomi menengah ke bawah yang makin memiliki daya beli tinggi merupakan objek penjualan langsung Amway yang sangat potensial dan sekaligus bisa menjadi subjek penjualan langsung karena besarnya sumber daya manusia. Penjualan langsung Amway yang merupakan salah satu contoh bagian dari bentuk penjualan langsung yang lain, pada saat ini berkembang pesat dalam dunia pemasaran.

Pemasaran sebagai salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha, untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut, perlu mendapat porsi pengkajian dalam perkembangannya. Menurut Marwan Asri, (1991:14) pemasaran atau marketing meliputi sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli dan pembeli potensial.

Amway sebagai perusahaan baru hanya dalam beberapa tahun saja, telah tumbuh dari sebuah perusahaan sabun yang kantornya kecil, menjadi sebuah topik yang ingin dibicarakan setiap orang di Amerika, belum termasuk Jepang, Jerman, Australia dan sebagainya. Perkembangan yang tak terduga Amway yang mulai dari sebuah kantor kecil menjadi sebuah pusat perhatian adalah merupakan suatu hal yang tak dapat direncanakan atau diantisipasi para pakar Amerika.

Seandainya saja Amway adalah sebuah kisah tentang kesuksesan perusahaan dalam mengumpulkan uang banyak, maka cerita ini akan sangat cocok untuk ditempatkan dengan kisah-kisah lainnya di buku sejarah perkembangan bisnis Amerika. Selain Jan Van Andel dan Richard DeVos, masih banyak lagi orang-orang yang mencapai kesuksesan besar melalui suatu permulaan yang sederhana. Banyak nama-nama selain Amway yang dalam waktu singkat, pindah dari benak seorang wiraswastawan

menjadi kata-kata yang dikenal setiap orang. Amerika tidak pernah kekurangan cerita tentang keberhasilan bisnis, akan tetapi Amway adalah sebuah cerita yang lebih menarik dari pada semua itu.

Penjualan langsung Amway menjadi luar biasa karena menyentuh masyarakat, yang tidak dilakukan oleh jenis perusahaan lain seperti Mc Donald dengan hamburgernya. Mc Donald juga merupakan bisnis yang sukses tetapi hanya melibatkan beberapa orang. Sedangkan kesuksesan Amway tidak bisa terlepas dari beberapa orang, dengan alasan seorang distributor Amway baru sukses bila rekan yang disponsori sukses, sehingga ciri khas dari distributor Amway bekerja sama saling membantu dalam mewujudkan cita-cita.

Sjahrir, (1993:13) mengatakan bahwa dengan pendapatan sebesar US\$ 680 Indonesia belum bisa disebut negara kaya. Tetapi kalau diansumsikan, bahwa 20% dari penduduk mempunyai penghasilan 2.5 kali lipat dari rata-rata penduduk, maka setidaknya-tidaknya ada 36 juta penduduk yang mempunyai penghasilan sebesar US\$ 1700 perkapita. Sebuah keluarga kelas menengah dengan dua anak memiliki pendapatan sebesar 6800 Dolar Amerika Serikat atau sekitar Rp 14.280.000,- setahun, dengan uang sebanyak itu, cukuplah banyak barang dan jasa yang dapat mereka beli dan dikonsumsi di luar kebutuhan pokok seperti beras, gula dan kebutuhan pokok lainnya. Dalam kondisi yang demikian, dapat dibayangkan betapa banyaknya barang dan jasa yang dapat ditawarkan dan dibeli oleh sekitar sembilan juta keluarga di Indonesia melalui penjualan langsung. Saat sekarang belum ada penelitian pemasaran yang mendalam tentang berapa banyak pangsa pasar barang dan jasa yang telah dikuasai oleh sistem penjualan langsung, tetapi dapat diperkirakan bahwa potensi yang dapat ditimba oleh sistem penjualan langsung di Indonesia sangatlah besar seiring dengan peningkatan pendapatan perkapita.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dengan hadirnya sistem penjualan langsung Amway di Indonesia akan berpengaruh terhadap sikap mental wiraswasta mahasiswa. Bertitik tolak dari penjelasan tersebut, maka dipilih judul, "Hubungan Antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan Sikap Mental Wiraswasta Mahasiswa Yang Terjun di Dalamnya di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Tahun 1995".

Beberapa faktor yang ikut melatar belakangi penulis memilih judul tersebut adalah:

1. pokok persoalan tersebut berkaitan bagi jurusan ilmu pendidikan program pendidikan luar sekolah. Hal ini mengandung pengertian bahwa masalah yang ada dalam penelitian ini mempunyai kaitan erat dengan bidang garapan pendidikan luar sekolah;
2. tersedianya bahan kepustakaan yang menunjang terselesainya pemecahan masalah yang berhubungan dengan judul penelitian;
3. bersedianya pembimbing untuk membimbing penyusunan skripsi ini;
4. adanya keyakinan penulis bisa memecahkan persoalan yang berhubungan dengan judul, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu pendidikan luar sekolah khususnya.

1.2 Batasan-batasan

1.2.1 Pengertian Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dan untuk menghindari adanya penafsiran yang berbeda-beda, maka peneliti perlu memberikan batasan atau pengertian judul, "Hubungan Antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan Sikap Mental Wiraswasta Mahasiswa Yang Terjun di Dalamnya di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Tahun 1995".

Adapun batasan-batasan atau pengertian yang terkandung dalam judul tersebut adalah:

1.2.1.1 Pengertian Penjualan Langsung Pemasaran Amway

David Roller mengemukakan pendapatnya bahwa yang dimaksud dengan Penjualan Langsung adalah salah satu bentuk penjualan langsung yang banyak melibatkan sumber daya manusia sehingga membentuk jaringan kerja yang disusun secara hirarki berdasar aktivitas jumlah anggota dan prestasi penjualan produk (1995: 86).

1.2.1.2 Pengertian Sikap Mental Wiraswasta

Menurut Wasty Soemanto sikap mental wiraswasta: "wiraswasta adalah keberanian, ketutamaan serta keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri" (1984:42). Adapun yang dikatakan sebagai manusia yang bersikap mental wiraswasta adalah sebagai berikut :

1. berkemauan keras;
2. berkeyakinan kuat atas kekuatan pribadi;
3. kejujuran dan tanggung jawab;
4. Ketahanan fisik dan mental;
5. Ketekunan dan keuletan untuk bekerja keras;
6. Pemikiran yang konstruktif dan kreatif.

Bertitik tolak dari pengertian judul yang telah diuraikan di atas, maka pengertian secara operasional judul skripsi "Hubungan Antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway Dengan Sikap Mental Wiraswasta Mahasiswa Yang Terjun di Dalamnya di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember tahun 1995" bertujuan mengetahui hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap Mental Wiraswasta Mahasiswa yang Terjun di dalamnya di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember tahun 1995.

1.2.2 Perumusan Masalah Penelitian

Dalam suatu penelitian perumusan masalah adalah suatu hal yang sangat penting yang tidak dapat ditinggalkan. Hal ini dimaksudkan sebagai titik tolak dalam suatu penelitian.

Adapun perumusan masalah penelitian yang penulis kemukakan adalah:

adakah hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun di dalamnya ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Setiap manusia yang akan berbuat sesuatu pasti mempunyai maksud yang hendak dicapai, demikian halnya dengan penelitian ini.

Menurut Sutrisno Hadi telah dijelaskan, bahwa suatu research yang khususnya dalam bidang penelitian pengetahuan empiris pada umumnya bertujuan untuk menemukan, mengembangkan atau menguji kebenaran suatu pengetahuan (1983: 3).

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

ingin mengetahui hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun didalamnya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. bagi masyarakat atau anggota penjualan langsung Amway sebagai subyek yang diteliti kiranya bermanfaat bagi pengembangan dirinya menuju perubahan yang positif;
2. bagi pembaca, kiranya penelitian ini dapat digunakan sebagai hasanah menambah ilmu pengetahuan.

BAB II DASAR PANDANGAN TEORI DAN HIPOTESIS

2.1 Dasar Pandangan Teori Tentang Penjualan Langsung Pemasaran Amway

Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam dunia perusahaan, pemasaran bukanlah hanya sekedar menjual barang melainkan segala aktivitas yang berhubungan dengan arus barang sejak dari produsen ke konsumen sehingga dalam pemasaran diperlukan kegiatan-kegiatan tertentu. Berbagai jenis proses dan kegiatan yang diperlukan karena spesialisasinya didalam pemasaran itu disebut fungsi-fungsi pemasaran. Menurut Soehardi Sigit, salah satu fungsi pemasaran adalah penjualan (1980:6).

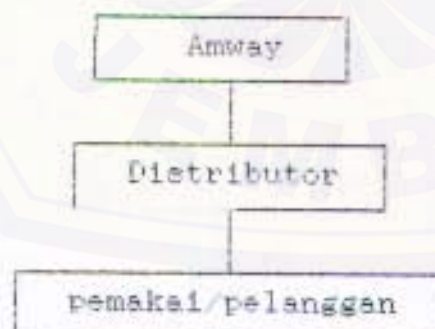
Pelaksanaan penjualan pada dasarnya ada 2 yaitu penjualan langsung dan penjualan tidak langsung. Menurut Moekijat, penjualan secara langsung adalah pelaksanaan penjualan dari produsen ke konsumen tanpa melalui perantara (1990:123). Sedangkan penjualan tidak langsung adalah kegiatan penjualan dimana produk perusahaan yang disampaikan harus melewati agen kemudian ke distributor, toko dan akhirnya ke konsumen.

Di dalam Penjualan Langsung selama ini kegiatan penjualan barang atau produk perusahaan banyak dilakukan dengan metode dari pintu ke pintu oleh selesman atau salesgiri, sehingga tidak efisien baik mengenai tenaga maupun waktunya lebih-lebih di era globalisasi. Adanya efisiensi pada pelaksanaan penjualan produk di era globalisasi, maka Penjualan Langsung Pemasaran Amway muncul sebagai metode yang paling mutakhir dengan beberapa kelebihanannya mencoba memberikan pelayanan produk kepada konsumen secara memuaskan, sebab di dalam Penjualan Langsung Pemasaran Amway mempunyai kelompok kerja yang sanggup bergerak dengan lincah dan efisien.

Menurut Sjahrir, dalam era globalisasi hubungan internasional menjadi begitu cepat dan batas-batas negara menjadi tidak ada. Penjualan Langsung Pemasaran Amway merupakan produk nyata dari dunia tanpa perbatasan itu. Produk yang dihasilkan oleh suatu negara dengan segera bisa langsung sampai pada tingkat eceran untuk diserahkan kepada konsumen yang menghendaki produk tersebut dengan efisien dan melalui proses tepat waktu.

Sekarang ini, penjualan langsung Pemasaran Amway telah membuka perwakilannya di Indonesia, dan bertujuan untuk membuka kesempatan luas bagi semua orang untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar sebagai pekerjaan sampingan yang memasarkan barang-barang konsumsi bermutu tinggi dibawah PT. Amindoway Jaya. Sistem pemasaran produk-produk Amway dipasarkan melalui perantara anggota-anggotanya kepada konsumen secara langsung. Jaringan distribusinya eksklusif. Produk-produk perusahaan hanya bisa didapatkan pada anggota-anggota pemasaran, produk-produk perusahaan tidak dapat ditemukan di warung, kios-kios, toko, apotik, pasar swalayan, department store atau tempat-tempat sejenis. Sistem pemasaran ini dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut :

Bagan Sistem Pemasaran



(Anonim a, 1994: 18).

Keterangan : distributor langsung mendapatkan barang dari Amway dan langsung pula menjualnya kepada pelanggan.

Metode pendistribusian ini mengakibatkan biaya penyuluran dan pemasaran produk-produk menjadi rendah. Dari biaya operasi yang ditekan, perusahaan dapat membagi potongan-potongan harga kepada para distributor. Dengan metode tersebut maka para distributor Amway tidak diperkankan untuk :

1. menyediakan dan memperagakan produk-produk Amway atau perangkat bantuan usaha ditempat umum;
2. menyediakan produk-produk Amway atau perangkat bantuan usaha kepada seseorang yang bermaksud memperoleh jenis barang tersebut untuk dijual kembali atau diekspor ke luar Indonesia (Amgram, 1994:16)

Usaha Amway adalah usaha dari orang ke orang yang penuh dengan sentuhan pribadi. Oleh karena itu, didalam melayani pelanggan seorang distributor Amway perlu melakukan hal-hal berikut ini:

1. mengerti tentang produk-produk;
2. melakukan demonstrasi produk-produk;
3. mampu membuat yakin pelanggan;
4. memberi pelayanan yang cepat.

Dalam hal yang sama Sjahrir (1994:15) mengatakan bahwa industri penjualan langsung mempunyai potensi untuk melipatgandakan pendapatan dalam rumah tangga itu sendiri. Bila sebuah rumah tangga dapat mencapai bonus tertinggi maka bukan tidak mungkin rumah tangga yang biasa, melompat penghasilannya dengan amat cepat. Dalam era globalisasi saat ini, apapun dapat terjadi mengingat arsh dan arus barang, yang dan jasa begitu cepat diproduksi dan begitu cepat pula berpindah-pindah lokasi. Ada baiknya industri penjualan langsung ini menjadi bagian yang penting dalam pengajaran pengelolaan dan pemasaran untuk dilihat secara

sungguh-sungguh. Jadi dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan industri penjualan lungeung dapat memberi sumbangan dalam melipat gandakan pendapatan rumah tangga.

Menurut Sugita (1992:13) bahwa dalam sistem Penjualan Lungeung semua komponen yang didalam maupun diluar perusahaan dilibatkan dalam suatu kerja sama yang mandiri ia adalah majikan bagi dirinya sendiri atau dengan kata lain ia menjadi pimpinan bagi dirinya sendiri. Ia bebas menentukan target yang ingin dicapai. Selain memasarkan produk-produk kepada konsumen dan membinaanya agar menjadi pelanggan, anggota juga mempunyai fungsi untuk memasarkan produk-produk kepada pelanggan dan calon anggota ini bisa berasal dari konsumen atau pelanggan yang telah mereka bina. Anggota yang merekrut calon anggota dalam kelompoknya disebut upline (garis diatasnya) sedangkan orang yang direkrut disebut downline (garis dibawahnya) begitu juga seorang downline yang ingin menjadi upline ia harus memiliki calon binaan yang kemudian ia rekrut untuk menjadi anggota dan seterusnya akan terbentuk jaringan (network marketing) yang disebut Penjualan Langsung. Berdasarkan hal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Penjualan Langsung Pemasaran Amway adalah suatu bentuk usaha dibidang pemasaran yang banyak melibatkan sumber daya manusia sehingga membentuk jaringan kerja yang dinamis, bebas dan tidak terikat waktu, berdiri sendiri dan memberikan kesempatan untuk mendapatkan penghasilan yang besar bagi distributor.

2.1.1 Konsep-Konsep Penjualan Langsung Pemasaran Amway

Amway adalah suatu perusahaan kimia bidang produksi dan penjualan barang yang terkenal diseluruh dunia. Amway Corporation didirikan pada tahun 1959 di Amerika Serikat .1911.5 oleh Rich De Voss dan Jay Van Andel, yang memutuskan untuk memulai usaha mereka sendiri setelah mendapatkan pengalaman yang luas dalam bidang penjualan langsung.

Pada mulanya yang menjadi esaran mereka sangat sederhana, menawarkan peluang kepada setiap orang untuk memulai usaha mereka sendiri dan menyalurkan produk-produk bermutu tinggi, untuk pemakaian sehari-hari. Prinsip dasar dari penjualan dan rencana pemasaran (sales and marketing plan) yang ada pada waktu itu, masih ada sampai saat ini adalah membeli produk-produk dengan harga grosir, menjual produk-produk Amway ke pelanggan serta memberikan perhatian yang khusus kepada pelanggan.

Kantor pusat internasional Amway terletak di Ada Michigan USA. Bermula dari bangunan kecil yang tumbuh menjadi sebuah kompleks yang mengesankan dengan luas lebih dari 49 hektar berupa area pabrik, gudang dan fasilitas kantor. Selain itu terdapat percetakan yang besar dan laboratorium modern memperkerjakan lebih dari 250 orang dan teknisi sebagai tenaga yang mempersiapkan masa depan Amway, tersedia Aerosol, kosmetika, produk cair, bubuk dan pabrik plastik. Di laboratorium-laboratorium tersebut kebanyakan dari produk-produk yang dijual oleh para distributor melalui usaha mereka sendiri, diciptakan, diproduksi dan diuji. Dalam setiap fase produksi, pengendalian mutu dengan ketat terus dilakukan dari mulai bahan baku sampai proses pengapalan produk.

Dunia Amway terus berkembang untuk senantiasa mengikuti kemajuan dengan kekuatan sebuah rencana penjualan yang menawarkan kepada distributor sebuah peluang berdasarkan sasaran dan upaya mereka untuk memasuki dunia usaha bebas dengan cara memulai usaha yang mandiri.

Lebih dari 30 tahun sejak didirikan, satu juta distributor telah meraih peluang untuk membangun sebuah usaha yang mandiri dalam penjualan produk Amway yang tersebar di 50 negara.

Banyaknya peluang untuk memulai usaha yang mandiri sama dengan banyaknya distributor yang potensial. Tetapi, para distributor produk Amway didorong oleh keinginan yang sama: untuk dapat mandiri dan meraih uang. Distributor Amway yang baru akan didukung motivasi yang kuat dan pengarahan dari distributor yang telah berpengalaman untuk membantu para distributor baru memulai usahanya. Sedikit demi sedikit distributor baru akan belajar banyak tentang produk-produk Amway serta bagaimana cara menggunakan penjualan dan rencana pemasaran Amway, mereka akan mampu membangun usaha mereka sendiri dengan dasar yang kokoh untuk mencapai keberhasilan yang mereka inginkan.

2.1.1.1 Penjualan Dan Rencana Pemasaran

Pada saat Rich DeVos dan Jay Van Andel mendirikan Amway pada tahun 1959 mereka juga mengembangkan penjualan dan rencana pemasaran Amway yang telah terbukti meraih sukses. Kini terdapat lebih dari satu juta Distributor yang mandiri yang telah diberi wewenang untuk mendistribusikan produk-produk Amway lebih dari 50 negara dan di wilayah seluruh dunia. Aspek utama yang menjadi rencana penjualan dan rencana pemasaran Amway :

1. kemungkinan untuk membangun usaha milik sendiri secara mandiri. amway menawarkan kemungkinan untuk membangun usaha sendiri. Karena anda pemilik usaha tersebut, maka anda memang betul-betul mandiri. Anda bekerja dan mengelolanya sesuai dengan kecepatan anda, dan menentukan sasaran-sasaran anda sendiri;
2. mutu produk. didasarkan pada pola pembelian pada brosur dan penjualan produk diproduksi dengan keastuan teknik seni dan harus melewati pengujian kontrol mutu. Semua produk Amway dilindungi oleh jaminan kepuasan.
3. perhatian langsung kepada pelanggan. penjualan dan rencana pemasaran Amway yang didasari pola penjualan langsung melalui kedistributoran yang bebas dan mandiri. Hal ini memungkinkan untuk memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan dengan seefisien dan seenggang mungkin, seperti yang mereka inginkan di rumah mereka sendiri. Keberhasilan usaha seorang Distributor tergantung pada kerja dan upayanya, tidak ada sesuatupun yang dapat membatasi pertumbuhan aktifitas seorang Distributor. Distributor dapat meningkatkan pendapatan dengan cara menjual produk-produk Amway dan dengan mensponsori (sponsoring) Distributor-Distributor baru. Seorang Distributor dapat memilihnya sebagai pekerjaan yang akan disediakan beberapa jam saja, atau juga keseluruhan waktu bahkan Distributor pilih dan kembangkan menjadi sebuah usaha internasional (Anonim b. 1993).

2.1.1.2 Cara Memulai Usaha Amway

Cara memulai usaha Amway sangat sederhana, seperti Distributor lain, seorang calon Distributor baru dapat memulainya dengan disponsori Distributor yang telah tercatat sebagai seorang Distributor dengan cara membeli starter kit seharga Rp. 40.000.- yang berisi brosur-brosur produk dan formulir permohonan menjadi seorang distributor. Starter kit ini bisa dikembalikan oleh distributor yang akan bermaksud berhenti atau keluar dari Amway dalam jangka waktu 90 hari semenjak mereka bergabung Amway dan berhak pula menerima pengembalian biaya pembelian starter kit dengan catatan surat pengunduran diri serta kartu identitas distributor harus disertakan dalam pengembalian starter kit. Sedangkan ongkos pengembalian starter kit ditanggung oleh distributor Amway yang bersangkutan, pengembalian uang akan diserahkan langsung kepada distributor.

2.1.1.3 Tekhnia Pemasaran

Cara kerja penjualan dan tekhnis pemasaran Amway merupakan sebuah sistem pemasaran tangguh yang dirancang untuk menghargai upaya mereka yang menjalankan usaha sesuai dengan rencana. Contoh berikut ini memperlihatkan bagaimana tekhnis dan rencana pemasaran Amway:

1. Keuntungan dari penjualan produk, distributor akan menerima keuntungan dari penjualan produk-produk kepada konsumen, distributor akan menerima perbedaan antara harga grosir dengan harga yang dibayar pelanggan;
2. Jumlah potongan harga didasarkan pada penjualan produk-produk, pendapatan usaha distributor didasarkan pada akumulasi angka setiap bulan. Setiap produk mempunyai 2 jenis nilai: nilai angka point value (PV) dan jumlah usaha business volume (BV).

mengingat mata uang rupiah yang cenderung berubah nilainya terhadap penyesuaian biaya produksi. Total nilai angka (PV) dari semua produk-produk yang dibeli dari PT. Amindoway Jaya selama satu bulan tertentu menentukan prosentase atas jumlah usaha (BV) untuk bulan tersebut. Seperti yang dapat dilihat, semakin besar total nilai angka (PV) yang dikumpulkan semakin besar jumlah potongan harga yang akan diterima. Jumlah potongan harga (Volume Rabate) tidak hanya didasarkan kepada jumlah usaha (BV) bulanan yang diraih oleh distributor itu sendiri tetapi juga didapat dari penjualan bulanan yang dilakukan oleh distributor-distributor yang disponsori. Jumlah potongan harga yang didapatkan oleh mereka yang disponsori dibayarkan dari jumlah potongan harga yang diterima.

Sedangkan pedoman potongan harga untuk distributor dapat dilihat pada daftar di bawah ini :

**Daftar Jumlah Potongan Harga
(Volume Rabate Schedule)**

Daftar Jumlah Potongan Harga		
Bila Group PV Bulanan		Potongan Harga Yang dihasilkan (%)
16.000.000	PV	21% dari BV anda
11.000.000	PV	18% dari BV anda
6.500.000	PV	15% dari BV anda
4.000.000	PV	12% dari BV anda
2.000.000	PV	9% dari BV anda
1.000.000	PV	6% dari BV anda
350.000	PV	3% dari BV anda

(Amagram, 1994)

Contoh 1:

Misalkan usaha distributor mencapai 350.000 PV pada bulan pertama. Keuntungan eceran (Retail Profit Margin) rata-rata 30% dengan demikian penghasilan kotor sebelum

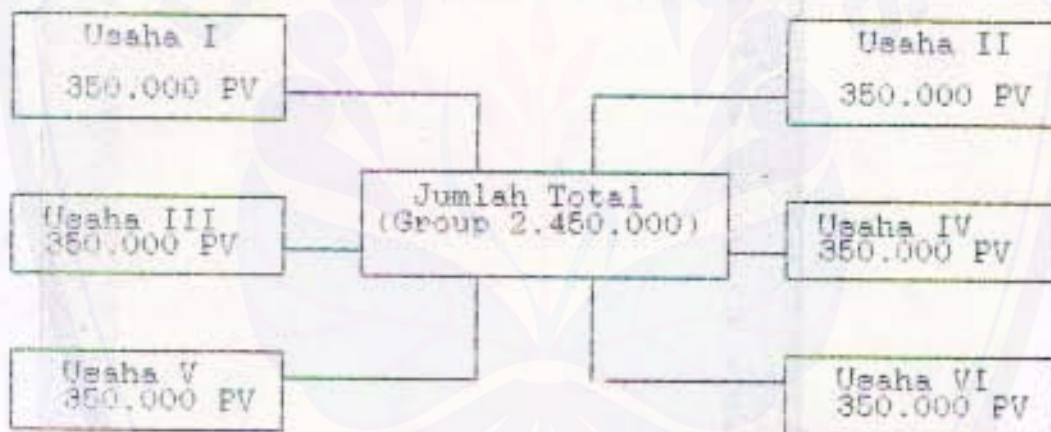
ditambah jumlah potongan harga (Volume Rabate) adalah Rp. 105.000,- sebagai tambahan. 350.000 PV memberi potongan sebesar 3%. Untuk nilai sebesar 350.000 PV, jumlah potongan harganya adalah Rp. 10.500,- bila dijumlahkan dengan Rp. 105.000,- menjadi Rp. 115.500,-. Itulah jumlah keseluruhan yang akan didapatkan dalam bulan tersebut.

Dengan jumlah total bulanan 350.000 PV penghasilan kotor usaha distributor perbulan adalah:

Keuntungan Eceran (30% x 350.000)	Rp.	105.000
Jumlah Potongan Harga (3% x 350.000)	Rp.	10.500
		<hr/>
Pendapatan kotor perbulan	Rp.	115.500

Contoh 2:

Misalkan usaha distributor mensponsori 6 distributor baru dimana masing-masing usaha baru ini meraih 350.000 PV dalam satu bulan. Dengan memakai daftar tersebut di atas, pendapatan usaha distributor akan seperti berikut:



Total Group PV per bulan:	2.450.000
Jumlah potongan harga yang diterima:	
(2.450.000 x 9%)	Rp. 220.500
Jumlah potongan harga yang dibayarkan	
(350.000 x 3% x 6)	Rp. 63.000
	<hr/>
Sisa	Rp. 157.500
Keuntungan Eceran dari 350.000	Rp. 105.000
	<hr/>
	+
Pendapatan kotor perbulan	Rp. 262.500
Pendapatan kotor pertahun	Rp. 3.150.000

2.1.1.4 Penghargaan dan Pengakuan

Sebagai penghargaan dan usaha yang sangat berhasil disediakan sebuah sistem untuk jumlah potongan harga (Volume Rabate), penghargaan-penghargaan dan pelakat sebagai penghormatan untuk usaha yang berhasil. Dalam sistem ini terdapat peringkat yang berbeda-beda. Agar memenuhi syarat bentuk penghargaan tersebut seorang distributor harus dapat memenuhi ketentuan-ketentuan yang ditetapkan dalam persetujuan pemasaran :

1. penghargaan untuk group penjualan, disediakan 6 buah pin yang indah, sebagai pengakuan kepada para distributor yang mencapai peringkat 3%, 6%, 9%, 12%, 15%, atau 18% jumlah potongan harga;
2. penghargaan untuk sponsorisasi pengakuan untuk sponsorisasi silver dianugerahkan pada distributor yang mensponsori 1 - 4 distributor dalam waktu 90 hari pertama sejak bergabung dengan Amway. Sedangkan pengakuan untuk sponsorisasi Gold dianugerahkan untuk sponsorisasi 5 atau lebih distributor baru dalam waktu 90 hari pertama, sejak bergabung dengan Amway dan paling tidak mereka harus memiliki 10 pelanggan;
3. plakat untuk penjualan konsisten terdapat 3 plakat berbeda untuk penjualan yang konsisten : plakat 1 bintang, plakat 2 bintang, dan plakat 3 bintang. Plakat ini dianugerahkan oleh sponsor kepada distributor yang mencapai paling sedikit 8.500.000 PV untuk 3 bulan berturut-turut (1 bintang), 6 bulan berturut-turut (2 bintang), dan 12 bulan berturut-turut (3 bintang);
4. silver producer pin ini dianugerahkan kepada yang mencapai 16.000.000 PV group sendiri, secara pribadi (personal sponsor) atau foeter mensponsori

1 group yang mencapai peringkat 21% dan mempertahankan PV paling sedikit 6.500.000 PV (tidak termasuk jumlah yang ada di antara distributor dan group 21% yang disponsori secara foster).

Menurut Triwinarko seseorang yang tergabung dalam Penjualan Langsung Pemasaran diharuskan mengikuti seminar yang diselenggarakan perusahaan (1993:3). Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk memberikan input yang positif dan untuk mendapatkan tanggapan dari distributor, sehingga bisa membentuk kepribadiannya.

Perusahaan yang menggunakan sistem Penjualan Langsung memberikan seminar dengan maksud supaya mendapat dorongan dan dasar kekuatan awal ketika mereka mendengarkan dan kemudian menerapkannya secara praktis bidang apa yang mereka dapatkan dalam seminar-seminar, kemudian perusahaan akan merasa untung ketika pengetahuan distributor bertambah sehingga program seminar merupakan hal yang efektif, apalagi dalam seminar juga diberikan baik tentang penjualan maupun tentang bagaimana mengajak orang untuk terjun ke dalam Penjualan Langsung Pemasaran.

Berdasarkan dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa seminar yang diadakan perusahaan Penjualan Langsung Pemasaran dalam rangka memberikan dorongan dan pengetahuan-pengetahuan kepada para distributornya. Selain itu dapat diambil kesimpulan bahwa di dalam seminar secara langsung telah melaksanakan pendidikan kewirausahaan, sehingga dengan ciri khas dan kelebihan metode Penjualan Langsung Pemasaran dapat membangkitkan sifat seseorang untuk berwirausaha. Setelah seorang distributor memahami hal-hal di atas, maka diharapkan mengimplikasikan dalam kegiatan di bawah ini :

1. prospecting adalah suatu cara menghubungi orang-orang yang cocok dalam usaha ini. Ciri orang-orang

atau prospek yang ideal: orang yang berambisi yang ingin bebas hutang, orang yang ingin bebas dari tekanan lingkungan, orang yang mempunyai rencana masa depan:

2. cara mengundang suatu kiat bagaimana setelah prospek didapatkan oleh distributor bisa datang bila diundang yaitu dengan : menentukan dua pilihan waktu, tidak menyebutkan nama Amway terlebih dahulu, dilakukan dengan tegas dan baik:
3. tindak lanjut setelah seorang distributor memberikan penjelasan tentang konsep pemasaran Amway, distributor tersebut kembali mendatangi orang yang diundang mungkin ada keberatan atau pertanyaan-pertanyaan sehingga distributor yang mengundang bisa tahu prospek itu mengatakan tidak, pelanggan, atau ia masuk sebagai distributor. Jadi dalam proses tindak lanjut ini akan ditentukan masuk tidaknya seseorang dalam Amway:
4. melayani pelanggan dalam bisnis maupun pelayanan atau servis yang disediakan dengan melalui pertanyaan itulah seseorang diharapkan bisa berkesan dan kemudian kembali membutuhkan produk yang kita tawarkan.

Menurut Laksone memberikan penjelasan bahwa suatu usaha hanya bisa berkembang apabila ia mampu memuaskan kebutuhan langganan atau konsumen. Artinya semakin mampu memberikan layanan yang memuaskan buat konsumen maka semakin tebal perasaan simpati serta kepercayaan mereka kepada distributor yang akan membuat mereka datang kembali kepada distributor (1993:31).

2.2 Dasar Pandangan Teori Tentang Pengembangan Sikap Mental Wiraswasta

Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara ditegaskan bahwa berhasilnya pembangunan nasional sebagai pengamalan Pancasila tergantung kepada partisipasi seluruh rakyat serta sikap mental, tekad dan semangat, ketaatan dan disiplin para penyelenggara negara serta seluruh rakyat Indonesia (1988:348). Agar hasil pembangunan dapat dicapai serta dapat dinikmati oleh seluruh rakyat Indonesia tentunya hal ini tidak lepas dari kemauan dari masyarakatnya Indonesia sendiri untuk memenuhi kebutuhannya, sebab dengan terpenuhi kebutuhan hidup memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Untuk dalam rangka memperlancar pelaksanaan pembangunan dibutuhkan manusia-manusia wiraswasta. Pendapat di atas juga ditegaskan oleh Wasty Soemanto bahwa manusia wiraswasta bukan sekedar pengusaha swasta atau pekerja sambilan di luar negara melainkan manusia-manusia yang memiliki sifat-sifat keberanian, ketutamaan, dan ketabahan dalam usaha memajukan prestasi kekaryaan baik dibidang tugas kenegaraan maupun usaha swasta dengan kekuatan diri sendiri (1982:43).

Lebih lanjut dikatakan oleh Suparman Sumahamijaya yang disinyalir oleh Joko Widodo bahwa manusia wiraswasta adalah manusia yang mempunyai sifat-sifat keberanian, ketutamaan dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber kepada kemauan sendiri (1988:6)

Berkaitan dengan judul skripsi maka dalam pembahasan selanjutnya peneliti hanya membatasi pada manusia yang memiliki ciri-ciri sikap mental wiraswasta.

Suparman Sumahamijaya berpendapat bahwa yang dimaksud dengan sikap mental wiraswasta adalah sikap mental memberantas sikap rendah diri, malas, dan segala sikap mental negatif lainnya yang demikian itu adalah untuk membangkit-

kan keberanian mengambil resiko, menembus berbagai persaingan dalam batas-batas tertib hukum yang berlaku (1986:19).

Pendapat lain mengatakan bahwa benih-benih kewiraswastaan dapat dilakukan dengan menggunakan sikap mental untuk memberantas sikap malas, rendah diri, ketergantungan dan kemiskinan jiwa lainnya, diganti dengan pertumbuhan sikap maju dan ingin sukses dimasa datang. Lebih lanjut Wasty Soemanto menjelaskan sebagai berikut : "manusia yang bersikap mental wiraswasta setidaknya memiliki beberapa kekuatan mental yang membangun kepribadian kuat", yaitu :

1. Berkemauan keras;
2. Berkeyakinan kuat atas kekuatan pribadi;
3. Kejujuran dan tanggung jawab;
4. Ketabahan fisik dan mental;
5. Ketekunan dan keuletan bekerja keras;
6. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif (1982:59).

Bertolak dari beberapa landasan pemikiran tersebut maka jelaslah bahwa unsur-unsur tersebut dapat dijadikan landasan bagi terciptanya sikap mental wiraswasta. Namun demikian tidak menutup adanya daya dukung dan faktor yang lain yang turut menentukan sempurnanya sikap mental wiraswasta seseorang.

2.2.1 Berkemauan Keras

Tujuan kebutuhan hidup seseorang akan dapat tercapai manakala dalam pribadi seseorang terdapat suatu kemauan yang keras atau motif yang tinggi dalam berusaha untuk memenuhinya. Pernyataan tersebut dikuatkan oleh Wasty Soemanto, bahwa manusia yang bersikap mental wiraswasta mempunyai kemauan yang keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidupnya (1989:49). Penegasan senada juga disampaikan oleh Didin Burhanudin : "agar bisa mencapai tujuan,

manusia harus memiliki haerat yang menyala-nyala untuk mencapai harapan yang diinginkan serta menghilangkan keragu-raguan" (1984:29).

Bertolak dari pendapat tersebut Grenville Kleiser juga mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan kemauan keras adalah :

"menimbulkan asosiasi ketekatan, ketekunan, daya tahan, tujuan jelas, daya kerja, pendirian, pengendalian diri, keberanian, ketabahan, keteguhan, tenaga kekuatan kelaki-lakian dan pantang mundur" (1985:65).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan kemauan keras akan tercipta dan tercapai suatu tujuan, yakni dengan terealisirnya ketekatan, ketekunan dan segala kekuatan yang pantang mundur didalam mengupayakan segala sesuatu dengan menghidupkan kemauan yang keras, seseorang dapat memotivasi dirinya sendiri dalam upaya mencapai tujuan.

Semua potensi itu hadir dalam diri seseorang tidak dengan sendirinya atau tanpa syarat akan tetapi didasari oleh pemikiran dengan pola-pola pendekatan yang strategis, yakni :

1. gunakanlah kemauan untuk mendapatkan sesuatu keputusan yang tegas;
2. gunakanlah kemauan untuk meningkatkan tenaga-tenaga;
3. gunakanlah kemauan untuk mengatasi rintangan-rintangan;
4. gunakanlah kemauan untuk mengembangkan jiwa dan pikiran;
5. gunakanlah kemauan untuk mengeluarkan apa yang terdapat dalam diri distributor;
6. gunakanlah kemauan untuk mengembangkan ketabahan dan keberanian;

7. gunakanlah kemauan supaya dalam keadaan darurat bisa membantu Jerih payah (Grenville Kleiser, 1988:67).

Dari ilustrasi yang dipaparkan oleh beberapa pendapat tersebut maka selanjutnya dapat digarisbawahi bahwa cara untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemauan yang keras ada tiga cara yaitu :

1. percaya pada diri sendiri;
2. keinginan dan hasrat untuk mencapai tujuan yang jelas;
3. kemauan untuk mengatasi rintangan.

2.2.2 Keyakinan Yang Kuat Atas Kekuatan Yang Ada Pada Dirinya.

Seorang yang lahir dan hidup didunia telah dibekali dengan perlengkapan dan kekuatan oleh sang Pencipta agar dapat hidup dan menaklukkan alam sekitar. Keyakinan inilah yang memberikan harapan kegairahan serta semangat untuk bekerja kearah tercapainya tujuan. Keyakinan yang kuat dapat ditumbuhkan didalam jiwa dengan syarat:

1. harus mengenal diri sendiri sebagai makhluk yang memiliki kelemahan namun memperoleh anugerah kekuatan dari yang Maha Kuasa untuk mengatasi kelemahan;
2. harus percaya kepada diri sendiri bahwa memiliki potensi tersendiri yang tidak kurang kuatnya dengan apa yang dimiliki oleh orang lain;
3. harus mengetahui dengan jelas terhadap tujuan serta kebutuhan. bagaimana cara-cara untuk mencapai serta berapa lama target waktu untuk mencapainya.

2.2.3 Kejujuran Dan Tanggung Jawab

Salah satu kunci keberhasilan seseorang dalam berwirausaha adalah adanya kepercayaan dari orang lain. Agar seseorang memperoleh kepercayaan, maka ia harus memiliki sifat kejujuran dan tanggung jawab. Banyak orang mengalami kegagalan dalam relasi usaha karena tidak dimilikinya sifat kejujuran dan tanggung jawab. Untuk menumbuhkan sifat kejujuran dan tanggung jawab :

1. melatih disiplin diri sendiri. rasa tanggung jawab dapat ditumbuhkan didalam diri melalui latihan berdisiplin;
2. mendidik diri sendiri sehingga memiliki moral yang tinggi. Dengan perkataan lain hendaknya belajar untuk memperoleh kemerdekaan batin.

2.2.4 Ketahanan Fisik Dan Mental

Sering terdengar adanya manusia yang mudah menyerah terhadap tantangan dan permasalahan hidup. Mereka tidak mau maju dan bahkan gagal sebelum memulai. Sayang sekali orang-orang semacam itu ada yang tidak menyadari bahwa dirinya telah menjadi budak kemiskinan pribadinya dan bahkan merasa dirinya lebih terhormat dan bergengsi. Seandainya mereka menyadari mereka akan merasa malu dan termotivasi lebih besar untuk menebus kegagalannya dengan usaha wirausaha yang berhasil. Beberapa hal yang perlu dimiliki untuk menjadi manusia yang tahan uji lahir batin adalah :

1. sehat jasmani dan rohani. kesehatan merupakan modal penting untuk hidup. Apabila badan kurang sehat misalnya mudah terserang berbagai penyakit. Hal itu akan mengganggu usaha;

2. memiliki kesabaran dalam berwirausaha, dalam menghadapi orang-orang yang beraneka ragam baik perangai maupun kebutuhannya, sehingga mudah tersinggung. Dalam hal ini harus dilatih kesabarannya. Jikalau tidak sabar dalam menghadapi orang banyak maka simpati dan kepercayaan orang lain akan berkurang;
3. ketabahan. dalam perjalanan hidup banyak cobaan dan gangguan baik dari dalam diri kita, dari orang lain, maupun dari alam. Berbagai macam cobaan itu dapat membelokkan hasil yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dengan perkataan lain, setiap tingkah laku dan pekerjaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mengatasi berbagai macam cobaan maka harus dilatih ketabahan antara lain dengan memelihara pendirian bahwa harus sukses, harus maju dan mencapai tujuan.

2.2.5 Ketekunan Dan Keuletan Bekerja

Manusia dalam menjalani hidupnya, banyak cobaan dan gangguan, baik dari dalam dirinya maupun dunia luar secara umum. Berbagai cobaan itu dapat mempengaruhi perhatian dan usahanya, sehingga tidak memperoleh hasil sebagaimana yang diharapkan. Namun demikian jika sabar, tekun dan ulet dalam meraih sukses. Justru semua itu menjadi tantangan untuk maju. Sejalan dengan itu dapat dipahami bahwa kemajuan dan kesuksesan hidup baru dapat dicapai apabila seseorang dan mau dan mampu bekerja keras (ulet dan tekun) dengan menggunakan berbagai potensi pribadi kita (Wasty Soemanto, 1982:58).

Manusia harus ulet dan tekun dalam bekerja, karena dalam dunia ini tidak ada suatu kenikmatan tanpa perjuangan. Hidup adalah perjuangan. Kenikmatan hanya bisa dicapai melalui penderitaan. Oleh karenanya dalam rangka mencapai tujuan (bagi Wiraswastawan) tidak boleh putus asa, berhenti di tengah jalan, apabila mundur akan tetapi harus tekun dan ulet. Dijelaskan juga orang yang tekun itu, pada umumnya memahami dan memanfaatkan tata (teratur), titi (teliti), teteg (tidak goyah), tatag (berani menghadapi resiko), tatas (tegas dan jelas), titis (selalu mengenai sasaran dengan jitu) (1989:132).

Lebih lanjut pengertian keuletan bekerja menurut Wasty Soemanto adalah : "orang tidak mengenal lelah dan pantang menyerah" (1989:56).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat ditetapkan batasan bahwa ketekunan dan keuletan bekerja adalah suatu tekad dari dalam diri manusia untuk memperjuangkan suatu maksud dengan pantang menyerah sebelum sesuatu tersebut tercapai. Jadi terdapat kepercayaan bahwa dirinya mampu mencapai sukses. Untuk mengungkapkan tentang cara memupuk dan melaksanakan ketekunan dan keuletan ini, dapat berpegang pada pendapat Wasty Soemanto yang menyebutkan:

"manusia wiraswasta disamping mampu memanfaatkan akal secara intelejen, juga memfungsikan akal secara intensif untuk memecahkan berbagai macam permasalahan yang dihadapi. Untuk dapat bekerja keras itu perlu ditunjang dengan : a. ketekunan; b. keuletan berjuang" (1989:56).

Bertolak dari ilustrasi yang dipaparkan oleh Wasty Soemanto tersebut, maka dapat digaris bawahi bahwa untuk dapat berkerja keras, perlu ditunjang dengan :

1. kemauan keras dan semangat tinggi;
2. tidak mengenal lelah dan pantang menyerah.

2.2.6 Pemikiran Yang Konstruktif Dan Kreatif

Manusia yang mempunyai daya kekuatan yang jitu untuk mengenal dan memecahkan setiap permasalahan yang dihadapi. Daya kekuatan itu adalah akal. Akal bekerja dengan menggunakan pikiran. Pekerjaan pikiran akan membawa kemajuan dan kesuksesan apabila pemikiran itu bersifat konstruktif dan kreatif. Pemikiran yang konstruktif adalah membawa perbaikan terhadap keadaan saat sekarang kearah yang lebih sempurna. Sedangkan pemikiran yang kreatif membawa pemecahan setiap permasalahan hidup.

Apabila mau maju dan hidup sukses maka harus menggunakan pikiran secara konstruktif dan kreatif.

Apabila membiarkan diri untuk berfikir secara sempit dan berfikir secara picik maka akan lambat maju, cenderung statis dan bahkan semakin miskin baik miskin jasmaniah maupun rohaniah. Sebaliknya manusia yang bersikap mental wiraswasta lebih suka menggunakan pikiran secara konstruktif dan kreatif. Pemikiran orang wiraswasta senantiasa membawa perbaikan dan dapat menjawab setiap tantangan zaman.

2.3 Dasar Pandangan Teori Hubungan Penjualan Langsung Pemasaran Amway Dengan Sikap Mental Wiraswasta

Pada jaman yang penuh dengan persaingan ketat, orang dituntut untuk lebih kreatif dan dapat mempergunakan kesempatan untuk maju, terutama dalam menghadapi era globalisasi yang melanda negara sekarang ini, maka perlu diadakan perubahan-perubahan dibidang dunia usaha yang lebih banyak melihat sumber daya manusia agar dapat membantu meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat, sehingga menuntut perusahaan-perusahaan menggunakan sistem penjualan langsung sebagai alternatif bidang pemasaran yang sekaligus dapat memberikan kesempatan kepada seluruh rakyat untuk menjadi wiraswasta.

Didalam Penjualan Langsung ada praktek penjualan konvensional lainnya, hal ini dipertegas oleh Sukiman Wirosaputro (1992:27), yang mengatakan bahwa dalam menyampaikan produk pada konsumen, seorang distributor tidak hanya sebagai penjual produk akan tetapi distributor sebagai penjual program. Dengan demikian ia sebagai distributor bertindak sebagai penjual keberhasilan. Dengan demikian dia sebagai distributor mengajak orang lain untuk dapat berhasil atau sukses bersama-sama dan dapat menikmati manfaat ganda bersama. Dalam artikel yang sama juga dijelaskan bahwa seseorang yang menjalankan Penjualan Langsung harus berani memberikan rangsangan kepada setiap downlinenya bahwa mereka bisa dan mampu karena mempunyai potensi untuk itu, sehingga mereka akan percaya terhadap kemampuan dirinya dan akhirnya akan memiliki sikap mental yang positif.

Selanjutnya Rudi Kastono mengemukakan bahwa mereka yang lebih dulu menjadi anggota Penjualan Langsung dan sekaligus sebagai Up line, harus memberikan perhatian yang

istimewa kepada downlinenya, melebihi perhatian konsumen atau pelanggan. Jika seorang Up line harus melayani Down Linenya bagaikan layaknya seorang kaisar. Bagi Up line, harus ing ngarso sung tulodo, Ing Madyo Mangun Karso, Tut Wuri Handayani kepada downline atau prospek (1993 : 14).

Pelaksanaan Penjualan Langsung Pemasaran Amway sebagai salah satu bentuk Penjualan Langsung di Indonesia dalam perkembangannya telah banyak mengantarkan masyarakat ke jenjang usaha yang lebih sukses. Menurut Herman Kertajaya, untuk meraih sukses di dalam menjalankan Penjualan Langsung seseorang harus berusaha memperbanyak downline yang aktif, dengan demikian mereka harus merekrut, membina dan memotivasi para downline (1992:5).

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan Penjualan Langsung seperti Amway adalah pembentukan jaringan pemasaran yang berlangsung terus menerus dan dimuati oleh adanya dorongan-dorongan atau motivasi antar perusahaan dengan distributor, distributor dengan downline, distributor dengan pelanggan atau konsumen. Pendapat lain Peter J. Clothier mengemukakan tidak ada batasan pendapatan yang dapat diraih melalui Penjualan Langsung Amway, tak satupun pemasaran yang bisa diketahui batas tingkat pendapatan bagi distributor (1994:17). Dia juga mengatakan sifat keluesan dan tidak adanya ikatan atau boss akan memungkinkan seseorang bisa mengembangkan potensinya. Hal ini akan berkaitan dengan sikap mental wiraswasta. Jadi pengaruh Penjualan Langsung Pemasaran Amway terhadap sikap mental wiraswasta mahasiswa sebagai anggotanya tampak jelas.

2.4 Hipotesis Penelitian

Dalam prosedur penelitian, hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah yang diteliti atau merupakan dugaan sementara yang masih belum terbukti kebenarannya dengan hasil analisis data yang diperoleh.

Menurut Sutrisno Hadi, hipotesis dalam penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu hipotesis mayor dan hipotesis minor. Hipotesis mayor adalah induk dan menjadi sumber anak-anak hipotesis yang disebut hipotesis minor (1983:83). Sedangkan Harzuki membedakan hipotesis menjadi hipotesis kerja atau hipotesis alternatif yang diberi simbol H_a dan hipotesis nol atau hipotesis nihil atau hipotesis statistik yang diberi simbol H_0 (1983 : 38).

Selanjutnya S. Nasution menggolongkan hipotesis menjadi dua macam yaitu hipotesis kerja dan hipotesis nihil atau nol (1980 : 53).

Berdasarkan dari pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ada dua jenis, yaitu :

1. hipotesis kerja atau hipotesis alternatif yang disingkat H_a dipakai untuk menyatakan adanya hubungan antara variabel x terhadap variabel y ;
2. hipotesis nol atau hipotesis nihil yang disingkat H_0 dipakai untuk menyatakan tidak adanya hubungan antara variabel x terhadap variabel y .

Berkaitan dengan dua jenis perbedaan antara hipotesis tersebut, maka dalam penelitian dipilih atau diajukan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja dengan alasan dapat mendukung landasan teori pada bab II. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumadi Suryabrata yang menyatakan bahwa jika landasan teoritik itu mengarahkan pada penyimpulan "ketidak ada hubungan" atau "ketidak ada perbedaan", maka

"ketidak ada hubungan" atau "ketidak ada perbedaan". maka hipotesis penelitian yang dirumuskan merupakan hipotesis nol. Sebaliknya, jika tinjauan teoritik mengarahkan penyimpulannya ke "ada hubungan" atau "ada perbedaan", maka hipotesis penelitian yang dirumuskan akan merupakan hipotesis alternatif (1992 : 71).

Winarno Surachmad, berpendapat bahwa hipotesis nol diuji dengan perhitungan statistik, sedangkan hipotesis kerja umumnya tidak (1980 : 82). Selanjutnya di dalam menentukan penerimaan dan penolakan hipotesis, maka hipotesis alternatif (H_a) harus diubah menjadi hipotesis nol atau nihil, karena hipotesis kerja tidak dapat diuji dengan metode statistik.

Berdasarkan dari pendapat di atas, maka dapat diajukan hipotesis:

"ada hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan sikap mental wirausaha mahasiswa yang terjun di dalamnya".

BAB III METODA PENELITIAN

3.1 Metoda Penentuan Daerah Penelitian

Menurut Sru Adji Suryadi, daerah penelitian adalah daerah yang digunakan sebagai tempat melaksanakan penelitian, dan tidak ada batasan atau ketentuan seberapa luas yang menjadi areal penelitian (1973:3-4). Selanjutnya Sutrisno Hadi berpendapat bahwa research sudah tentu tidak diselenggarakan dimana-mana atau sembarang tempat, melainkan di tempat-tempat yang sudah ditentukan. Penyelidikan hanya bisa dilakukan di tempat terbatas pada sejumlah orang yang terbatas pula (1983:67).

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada batasan pasti guna menentukan daerah penelitian. Daerah atau tempat yang akan dijadikan penyelidikan dan penelitian, adalah kecamatan Sumber Sari kabupaten daerah tingkat II Jember. Adapun wilayah kecamatan Sumber Sari terdiri dari tujuh kelurahan yaitu kelurahan Sumber Sari, kelurahan Kebonsari, kelurahan Keranjingan, kelurahan Wirolegi, kelurahan Tegal Gede, kelurahan Karangrejo dan kelurahan Antirogo.

3.2 Metoda Penentuan Responden

Metoda penentuan responden penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk menentukan orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

Menurut Sutrisno Hadi yang dimaksud dengan responden adalah orang yang memberi jawaban terhadap pertanyaan atau permintaan dalam kuesioner, dan boleh memberikan jawaban secara bebas terhadap setiap item (1991:158). Sedangkan Sru Adji Suryadi mengatakan bahwa yang dimaksud dengan responden orang-orang yang merespon terhadap masalah yang

diteliti baik populasi maupun sampel (1977:3). Selanjutnya Suharsimi Arikunto yang dimaksud dengan responden adalah orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan (1987:120).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan responden adalah orang-orang baik populasi maupun sampel yang menjawab pertanyaan yang diberikan untuk meraih data penelitian. Selanjutnya untuk menentukan responden penelitian digunakan metoda populasi. Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, apabila ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (1992:102).

Sesuai dengan pendapat di atas, maka dalam penelitian ini ditentukan 49 responden penelitian yang diteliti secara keseluruhan sehingga penelitian ini bersifat penelitian populasi (populasi research). Selanjutnya 49 responden tersebar di 7 kelurahan :

- dari kelurahan Sumber Sari	14 orang;
- dari kelurahan Kebonsari	11 orang;
- dari kelurahan Keranjingan	4 orang;
- dari kelurahan Wirolegi	6 orang;
- dari kelurahan Tegal Gede	10 orang;
- dari kelurahan Karangrejo	3 orang;
- dari kelurahan Antirogo	1 orang;

Jumlah 49 orang.

Responden yang berjumlah 49 orang mahasiswa sebagai distributor Amway sampai tahun 1995. Adapun alasan jumlah responden penelitian berjumlah 49 orang mahasiswa, hal ini berdasarkan pendapat Suharsini Arikunto : Untuk sekedar

ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi (1992:107).

3.3 Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data sebaik-baiknya. Metoda yang digunakan untuk memperoleh data dalam melaksanakan penelitian adalah : metoda angket, metoda observasi, metoda wawancara serta metoda dokumentasi.

3.3.1 Metoda Angket

Menurut Bimo Walgito, yang dimaksud dengan angket adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan yang harus dijawab oleh orang yang menjadi sasaran angket (1986:65). Sedangkan menurut Kartini Kartono angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum, dilaksanakan dengan mengedarkan daftar pertanyaan berupa formulir-formulir, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban atau respon tertulis seperlunya (1990:200).

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan metoda angket adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis, sehingga responden dapat memberikan jawaban secara tertulis pula. Sehubungan dengan jenis angket, maka Sanapiah Faizal mengemukakan bahwa klasifikasi angket didasarkan pada keleluasaan responden dalam mengajukan dan memformulasikan jawabannya, maka angket dapat dibagi menjadi angket tertutup dan angket terbuka. Sedangkan apabila klasifikasi angket didasarkan pada kaitan responden dengan jawaban yang diberikan, maka angket dapat dibagi menjadi angket langsung dan tidak langsung (1984:4). Selanjutnya menurut

pendapat Sutrisno Hadi, di dalam cara penyampaian angket dibedakan menjadi :

1. angket langsung

bila angket tipe ini disampaikan secara langsung kepada orang yang dimintai informasi tentang dirinya sendiri berupa antara lain : opini, keyakinan, sikap, prasangka, respon personal (tanggapan pribadi), keyakinan dan lain-lain:

2. angket tak langsung

pribadi yang diberi daftar pertanyaan dimintai menjawab mengenai kehidupan peikis orang lain, ia dimintai untuk menceritakan keadaan orang lain (1991:158).

Berdasarkan dari pendapat di atas, maka dalam penelitian ini digunakan angket langsung, angket yang penulis berikan kepada responden diberikan langsung yaitu :

1. angket langsung dimaksudkan agar dapat memperoleh data dari responden secara langsung, tanpa melalui orang ketiga, jadi data yang diperoleh benar-benar murni;
2. apabila terdapat hal-hal yang kurang jelas dalam tiap item bisa langsung ditanyakan kepada peneliti.

Cara Skoring:

Data tentang penelitian angket yang diperoleh dari seluruh responden tiap itemnya diberi nilai dengan ketentuan sebagai berikut:

1. responden yang menjawab:
 - a. diberi skor: 3
2. responden yang menjawab:
 - b. diberi skor: 2
3. responden yang menjawab:
 - c. diberi skor: 1.

3.3.2 Metoda Observasi

Menurut Sutrieno Hadi, observasi adalah sebagai metoda ilmiah, observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diteliti (1991:136). Sedangkan menurut Bimo Walgito, observasi adalah penyelidikan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan alat-alat indera terhadap kejadian-kejadian yang langsung ditangkap pada waktu kejadian itu (1980:54).

Berdasarkan pendapat diatas, maka tujuan observasi adalah untuk mengetahui secara langsung tentang obyek yang akan dijadikan penelitian, sedangkan macam-macam observasi menurut Misa Suwito Lakeono, adalah:

1. observasi partisipasi (observasi yang ikut ambil bagian atau berpartisipasi);
2. observasi non partisipasi (observasi yang tidak ikut aktif didalamnya);
3. observasi quasi partisipasi (observasi seolah-olah aktif tapi sebenarnya hanya berpura-pura). (1984:50).

Berdasarkan dari bermacam-macam observasi di atas maka dalam penelitian ini digunakan observasi partisipan karena terlibat secara aktif atau berpartisipasi langsung dalam kegiatan. Adapun kegunaan metode ini adalah untuk melakukan pengecekan kebenaran dari angket dan melengkapi data (suplemen).

3.3.3 Metoda Wawancara

Menurut Sutrieno Hadi, wawancara atau interview adalah suatu proses tanya jawab pisah dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (1991:192). Menurut Sru Adji Suryadi interview adalah suatu proses tanya jawab secara lisan dimana 2 orang atau lebih berhadapan secara fisik

yang satu melihat, yang lainnya mendengarkan suaranya (1984:22). Selanjutnya Suharsini Arikunto fungsi dari pedoman wawancara adalah:

1. agar tidak ada pokok-pokok yang tertinggal;
2. agar pencatatan lebih cepat (1992:195).

Secara garis besar ada 2 macam pedoman wawancara:

1. pedoman wawancara tidak berstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan;
2. pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun terperinci sehingga menyerupai check list.

Pedoman wawancara yang digunakan adalah pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan yaitu hal-hal apa saja yang membuat mereka memilih penjualan langsung pemasaran Amway dan hal-hal apa saja yang mereka dapatkan. Pedoman wawancara ini berfungsi untuk memberikan data-data pelengkap (suplemen).

3.3.4 Metoda Dokumentasi

Selain ketiga metoda tersebut diatas, dalam penelitian ini penulis menggunakan metoda lain yaitu metoda dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang ada, atau dengan cara mencatat berbagai data yang berbentuk tulisan.

Menurut Suharsimi Arikunto metoda dokumentasi adalah cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulrn rapat, legger, dan sebagainya (1992:200). Sedangkan menurut I. Djumhur dan Moh. Surya, teknik studi dokumentasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan data yang didokumentasikan (1975:63). Lebih lanjut mereka mengatakan bahwa data dokumentasi adalah

data yang sudah dicatat dalam beberapa dokumen seperti buku induk atau raport, buku pribadi, surat-surat keterangan, dan sebagainya (1975:85).

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan metoda dokumentasi adalah suatu tehnik untuk mengumpulkan data yang sudah didokumentasikan atau telah dicatat dan dikumpulkan oleh orang lain, seperti rapor, agenda, buku pribadi, surat-surat keterangan, brosur-brosur dan sebagainya.

Alasan memakai metoda dokumentasi adalah:

1. metoda dokumentasi praktis dan ekonomis bila dikaitkan waktu, biaya dan tenaga;
2. metoda dokumentasi sesuai dengan data yang ingin diraih terutama data-data kejadian yang lalu serta metoda dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap dari beberapa metoda yang penulis gunakan.

3.4 Metoda Analisis Data

Metoda Analisis data merupakan cara utama yang dipergunakan untuk menyusun dan mengolah data mentah yang terkumpul sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam mencapai pertanggungjawaban akan kebenaran ini, disyaratkan agar tidak menambah atau mengurangi data yang diperoleh. Jadi perlu adanya sikap obyektif dan tidak boleh dipengaruhi hal-hal yang bersifat subyektif. Dalam penganalisaan data ini, dipakai tehnik statistik. Dalam hal ini sesuai dengan pendapat Sutrisno Hadi, yang mengatakan bahwa statistik adalah syarat ilmiah untuk mengumpulkan, menyajikan data-data penyelidikan. Lebih lanjut statistik merupakan cara untuk memperoleh data-data dan menarik kesimpulan yang diteliti dan memberikan keputusan dari pengolahan data tersebut (1984:221). Menurut Paulus Waluyo

statistik dapat menyajikan suatu ukuran yang dapat mensifati populasi, ataupun menyatakan variasinya dan memberikan gambaran yang lebih baik tentang kecenderungan tengah-tengah dari variabel (1988:443).

Sedangkan Bambang Soepeno mengatakan bahwa statistik dapat diartikan sebagai cara maupun aturan yang berkaitan dengan pengumpulan, pengolahan (analisis), penarikan kesimpulan, atas data-data yang berbentuk angka dengan menggunakan suatu asumsi tertentu (1995:1). Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan statistik adalah suatu teknik pengumpulan dan penganalisaan data yang berwujud angka-angka dan kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Adapun alasan digunakannya analisis data statistik adalah sebagai berikut:

1. statistik bekerja dengan angka-angka;
2. statistik bersifat matematis dan obyektif;
3. statistik dapat dipergunakan dalam segala penelitian.

Sedangkan untuk menganalisis hasil penelitian, digunakan metode statistik dengan teknik Korelasi Product Moment. Hal ini sesuai dengan pendapat Magesun Arr dkk, korelasi product moment merupakan salah satu teknik statistik yang dipergunakan untuk mencari atau menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih (1991:59). Sutrisno Hadi mengatakan bahwa product moment merupakan teknik korelasi yang bertujuan untuk mencari korelasi antara predictor X dan kriterium Y (1990). Selanjutnya Bambang Soepeno mengatakan persyaratan penggunaan rumus product moment, jika datanya berskala skala interval dan atau ratio, serta hanya untuk satu pasang variabel yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat (1995:32).

Adapun alasan digunakan tehnik korelasi product moment karena data yang diperoleh berskala skala interval. Sedangkan skala interval menurut pendapat Bambang Soepeno: "adalah skala yang digunakan untuk data yang menunjukkan adanya penggolongan yang mempunyai besaran sama, data ini mempunyai ciri yang berkelanjutan (kontinum) sehingga dapat diukur (1995:5).

Adapun rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right] \left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- $\sum X$ = Total dari variabel X
- $\sum Y$ = Total dari variabel Y
- $\sum XY$ = Total dari hasil kali X dan X
- N = Jumlah responden

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap data yang ada dapat disimpulkan sebagai berikut :

"ada hubungan antara Penjualan Langsung Pemasaran Amway dengan Sikap mental wiraswasta mahasiswa yang terjun di dalamnya".

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang hendak disampaikan, antara lain :

1. kepada anggota Penjualan Langsung Pemasaran Amway, hendaknya selalu meningkatkan eksistensi guna mengembangkan Sikap mental wiraswasta yang lebih baik;
2. kepada Orang Tua supaya memberikan dukungan moril, sehingga bisa mengembangkan kreativitas pada mereka yang terjun dalam Penjualan Langsung Pemasaran Amway;
3. kepada Amway supaya memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga akan lebih menunjang kesuksesan bagi distributor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman. 1991. Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan. PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Agus Dharma. 1990. Management Prestasi Kerja. Raja Wali Pers, Jakarta.
- Alan Loy Mc Ginnis. 1991. Menumbuhkan Motivasi. Pustaka Jakarta.
- Anonim a. 1994. Penjualan Produk Amway Di Indonesia. Volume XX(16)
- Anonim b. 1993. Buku Pedoman Direct Selling Multi Level Marketing. PT. Amindoway Jaya, Jakarta.
- Bambang Soepeno. 1995. Analisis Korelasional. CV. VAD, Jember.
- Bimo Walgito. 1986. Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah. Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Charles Paul Conn. 1993. Fenomena Keberhasilan Amway. Penerbit Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Dale Carnegie. 1992. Bagaimana Mencari Kawan Dan Mempengaruhi Orang Lain. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Bina Aksara Rupa, Bandung.
- Daryanto. 1980. Mutiara Jiwa Wiraswasta. Penerbit Gunung Agung, Bandung.
- David J. Swartz. 1992. Berpikir dan Berliwa Besar. Sinar Baru, Jakarta.
- David Roller. 1995. Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Didin Burhanudin Hs. 1984. Sukses Dengan Sikap Mental Wiraswasta. Mutiara, Jakarta.
- Greenville Kleister. 1986. Membina Kepribadian Wiraswata. Pioner Jaya, Jakarta.
- Herman Kerta Jaya. 1992. Multi Level Marketing. Jawa Pos 23 Desember, hl 15.
- Hornby S.A. 1986. Oxford Advenced Learner's Of Current English. Oxford University London.

- I.D. Juhur M. Surya, 1975 Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah, CU., Bina Ilmu, Bandung.
- Kartini, Kartono, 1990. Pengantar Metodologi Research, Sosiologi Alumni, Bandung.
- Kuncoroningrat, 1981. Metoda-Metoda Penelitian Masyarakat, PT. Gramedia Jakarta.
- Laksono, 1993, Sukses Berwiraswasta, CV. Bintang Pelajaran, Surabaya.
- Marwan Asri, 1991. Tehnik Pemasaran, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Magsur Arr, dkk, 1991. Pengantar Statistik Pendidikan Unit Usaha Koperasi, Mahasiswa FKIP Onej. Jember.
- Misa Sawito Laksono, 1984, Pengantar Metodologi Penelitian, Penerbit Rajawali Pers Jakarta.
- Moekijat, 1990. Kamus Manajemen, Penerbit CV. Mandar Maju, Bandung.
- Norman Vicent Peale, 1993. Anda Bisa Kalau Anda Berpikir Bisa, PT. Gramedia Jakarta.
- Paulus Waluyo, 1988. Statistik Pendidikan Unit Usaha Koperasi, Mahasiswa FKIP Onej. Jember.
- Peter J. Cloter, 1994. Marah Uang Dengan Bisnis, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Sru Adji Suryadi, 1984. Dasar Penelitian, Laksana II, Eka Badranaya, Jember.
- Sanapiyah Faisal, 1984. Metoda Penelitian Pendidikan Usaha Nasional, Jakarta.
- Sjahrir, 1993. Peranan Industri Multi Level Marketing di Era Globalisasi, Editor, Keluarga Sukses Volume VII (11) 13.
- Sru Adji, 1973. Metodologi Research, Eka Badranaya, Jember.
- Sru Adji, 1978. Dasar Penelitian Laksana I, Eka Badranaya, Jember.
- Sugita, 1992. Mengapa Sistem Direct Selling Multi Level Marketing di Pertanyakan I, Editor Inovator Edisi I.
- Superman Sumaha Wijaya, 1986, Membina dan Menumbuhkan Wiraswasta, PT. Gramedia Jakarta.

- Sumadi Suryabrata, 1983, Metodologi Penelitian, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sutrisno Hadi, 1991, Metodologi Research, Jilid II, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Sutrisno Hadi, 1984, Metode Research, Jilid III, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Suharsimi Arikunto a, 1992, Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, Bina Aksara, Jakarta.
- Sukiman Wirosputro, 1992, Multilevel Marketing, Editor Keluarga Sukses Volume I.
- Triwinarko, 1989, Makalah : Direct Selling Multi Level Marketing, PT. Jakarta, Rekasehat Food (midri Hose) Jember.
- Wasti Sumanto, 1982, Alternatif Pendidikan Wiraswasta, Usaha Nasional, Surabaya.
- Winarno Surachmad, 1990, Pengantar Metodologi Penelitian dan Teknik, Tarsito, Bandung.

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
Hubungan Antara Penjualan Langsung Pemasaran Aweay dengan Sikap Mental Mirawasta Mahasiswa yang Terjun di Dalannya.	1. Penjualan Langsung Pemasaran Aweay	A. Konsep Penjualan Langsung Pemasaran Aweay	1. Responden Penelitian 49 Orang Mahasiswa Sebagai Distributor Aweay Di Kecamatan Sumberasi 2. Informan : - Apilain / sponsor dari seorang distributor - PT Aweay Indonesia - Departemen Perdagangan	1. Metode Penentuan Daerah Penelitian Kecamatan Sumberasi Kabupaten Jember 2. Metode Penentuan Responden Penelitian : Populasi Research Seluruh Populasi dikawal Penelitian 3. Metode Pengumpulan Data - Observasi - Angket - Interview - Dokumenter 4. Metode Analisa Data Statistik dengan Teknik Korelasi Product Moment Angka Sasar :	Hipotesis: -ada hubungan antara Penjualan langsung Pemasaran Aweay dengan Sikap Mental Mirawasta Mahasiswa Yang Terjun di Dalannya
2. Sikap Mental Mirawasta	A. Bertekanan keras B. Berkemungkinan Inat Atau Seksual Pribadi C. Kajujuhan Dan Tanggung Jawab D. Ketahanan Fisik Dan Mental E. Ketekunan Dan Keuletan Bekerja F. Pantirian Konstruktif Dan Kreatif	3. Dokumentasi 4. Eksplorasi	$r_{XY} = \frac{(XY)}{N}$ $r_{XY} = \frac{(XY)}{N} \sqrt{\frac{(X^2)}{N} \frac{(Y^2)}{N}}$	<p>Keterangan :</p> <p>r_{XY}: Koefisien korelasi XY : Total dari Variabel X Y² : Total dari variabel Y XY : Total dari hasil kali X dan Y N : Jumlah Responden</p>	

TUNTUNAN OBSERVASI

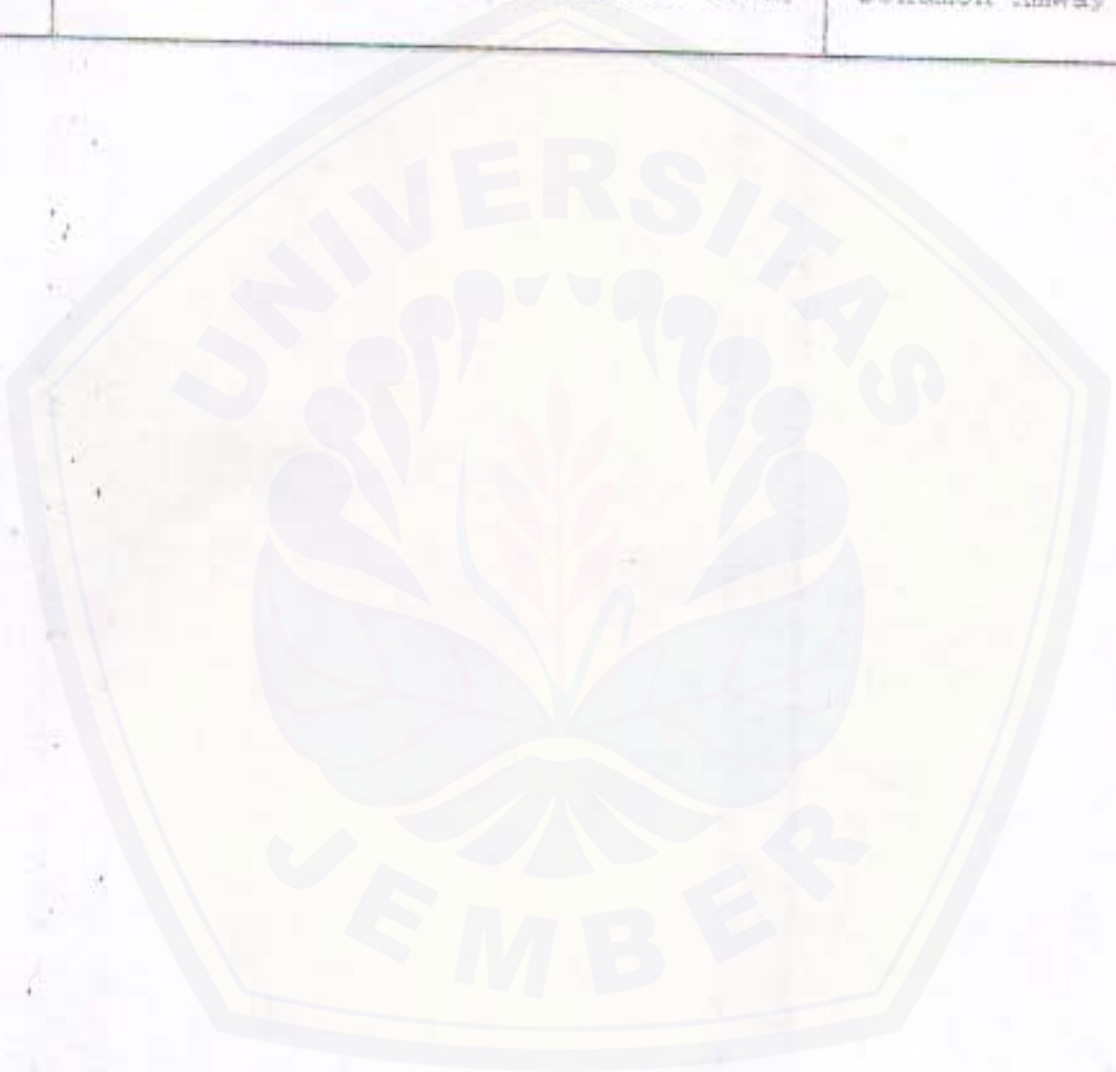
NO	Data yang diraih melalui obsevasi	Sumber Data
1.	Mengamati keadaan dan letak geografis Kecamatan Sumbersari Kabupaten Daerah Tingkat II-Jember.	Kec. Sumbersari
2.	Mengamati keadaan dan kondisi ekonomi Kecamatan Sumbersari.	Kec. Sumbersari
3.	Mengamati kehidupan dan perilaku mahasiswa di Kecamatan Sumbersari.	Kec. Sumbersari

TUNTUNAN INTERVIU

NO	Data yang diraih melalui Interview	Sumber Data
1.	Apa latar belakang seorang mahasiswa masuk sebagai anggota distributor Amway.	Distributor
2.	Bagaimana perasaan mereka setelah terjun ke Amway.	Distributor
3.	Apa yang mereka inginkan dalam Amway.	Distributor
4.	Pengalaman apa saja yang diperoleh dalam Amway.	Distributor
5.	Apa saja yang diberikan pada waktu mengikuti seminar.	Distributor

TUNTUNAN DOKUMEN

NO	Data yang diraih melalui Interview	Sumber Data
1.	Mencatat letak kecamatan Sumbereari dan beberapa desa yang ada didistributor Amway	Dokumen kecamatan Sumbereari kabupaten Jem -
2.	Mencatat mahasiswa yang terikat Amway	Dokumen Amway



Lampiran :

ANGKET UNTUK RESPONDEN

I. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan kenyataan yang anda alami
2. Tulislah identitas anda secara jelas
3. Tulislah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan yang anda alami, dengan cara memberikan tanda silang pada salah satu huruf a, b, dan c.

II. IDENTITAS RESPONDEN

No :
Alamat :
Kelurahan :

III. DAFTAR PERTANYAAN

A. Penjualan Langsung Pemasaran Amway

1. Apakah anda selalu mengikuti pertemuan diselenggarakan Amway untuk memperluas pemahaman anda ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
2. Apakah pertemuan (seminar) yang diselenggarakan perusahaan dirasa cukup efektif ?
 - a. sangat efektif
 - b. efektif
 - c. kurang efektif
3. Apakah anda menerapkan hasil-hasil yang telah anda dapat dari pertemuan ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang

4. Apakah anda menggunakan teknik pensponsoran soran down line dalam rangka memperbesar jaringan bisnis anda ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
5. Apakah anda ketika terjun ke bisnis Amway berusaha merekrut orang lain untuk menjadi anggota/down line anda ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
6. Di dalam melaksanakan penjualan produk perusahaan, apakah anda mentaati aturan yang ditetapkan di dalam buku pedoman pemasaran ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
7. Apakah para konsumen dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang anda berikan ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
8. Apakah anda melaksanakan etika pelayanan sesuai yang dikehendaki perusahaan ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang

9. Apakah anda berusaha menjadikan down line anda minimal sama atau setaraf dengan anda, sehingga kemudian dapat mengajarkan pada orang lain ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
10. Apakah anda selalu melakukan bimbingan terhadap down line anda secara rutin ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
11. Apakah dalam mengundang anggota baru anda selalu dibantu oleh sponsor anda ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
12. Apakah di dalam mengajak seseorang untuk terjun dalam Amway anda selalu memberlakukan syarat-syarat tertentu ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
13. Apakah selama ini anda selalu mengadakan hubungan pemantauan terhadap anggota-anggota anda yang baru ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang

14. Setelah anda mengundang calon distributor, apakah anda juga menindaklanjuti dengan menanyakan pendapatnya tentang Amway ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang
15. Apakah potongan harga bonus yang anda dapatkan sesuai dengan hasil jerih payah anda ?
 - a. sering kali
 - b. kadang-kadang
 - c. jarang

B. Sikap Mental Wiraswasta

1. Di dalam melakukan suatu pekerjaan, apakah anda percaya bahwa anda memiliki kemampuan untuk menyelesaikannya ?
 - a. selalu percaya
 - b. percaya
 - c. kadang-kadang percaya
2. Apakah anda percaya bahwa tiap kesulitan yang anda hadapi selalu ada jalan pemecahannya ?
 - a. selalu percaya
 - b. percaya
 - c. kadang-kadang percaya
3. Apakah pekerjaan yang selama ini anda tekuni banyak mendorong anda untuk lebih maju dalam kehidupan ?
 - a. banyak mendorong
 - b. mendorong
 - c. kurang mendorong
4. Apakah anda telah merasa bekerja secara maksimal dalam menekuni bisnis ini ?
 - a. selalu merasa bekerja secara maksimal
 - b. bekerja secara maksimal
 - c. kurang bekerja secara maksimal

5. Apakah anda membuat rencana lebih dulu dalam setiap pekerjaan yang anda lakukan ?
 - a. selalu membuat rencana
 - b. kadang membuat rencana
 - c. tidak pernah membuat rencana
6. Apakah anda selalu menyelesaikan rencana anda sesuai dengan rencana yang anda buat ?
 - a. selalu sesuai rencana
 - b. kadang-kadang sesuai rencana
 - c. tidak pernah sesuai rencana
7. Apakah anda sering menghadapi rintangan-rintangan dalam mengadakan suatu pekerjaan ?
 - a. selalu menghadapi rintangan
 - b. kadang-kadang menghadapi rintangan
 - c. tidak pernah menghadapi rintangan
8. Apa yang anda lakukan jika anda mengalami kesulitan dalam mengerjakan sesuatu pekerjaan ?
 - a. berusaha sampai bisa menyelesaikan
 - b. kadang-kadang berusaha menyelesaikan
 - c. tidak pernah menyelesaikan
9. Apakah anda optimis untuk mendapatkan keberhasilan dengan menjalankan bisnis Amway ini ?
 - a. selalu optimis
 - b. optimis
 - c. kadang-kadang optimis
10. Apakah anda selalu mempunyai gagasan atau ide baru untuk mengembangkan usaha anda ?
 - a. selalu
 - b. ya
 - c. kadang-kadang

11. Apakah anda selalu berusaha menyelesaikan pekerjaan anda sesuai batas waktu yang ditentukan ?
 - a. selalu berusaha
 - b. kadang-kadang berusaha
 - c. tidak pernah berusaha
12. Apakah anda mengerjakan sendiri tiap pekerjaan yang dibebankan kepada anda ?
 - a. selalu mengerjakan sendiri
 - b. kadang-kadang mengerjakan sendiri
 - c. tidak pernah mengerjakan sendiri
13. Apakah anda menyadari mengenai kelebihan dan kekurangan yang ada pada diri anda ?
 - a. sangat menyadari
 - b. menyadari
 - c. tidak pernah menyadari
14. Apakah anda selalu mengerjakan setiap pekerjaan berdasarkan hasil pemikiran yang anda anggap benar ?
 - a. selalu
 - b. kadang-kadang
 - c. tidak pernah
15. Jika dalam pikiran saudara muncul ide baru dan nampaknya bagus untuk diterapkan. Bagaimana langkah saudara?
 - a. selalu berusaha menerapkan
 - b. kadang-kadang
 - c. tidak pernah

DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KECURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Nomor : 1000/1/2019/0000/17/05
 Lampiran : 1 (satu)
 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Jember, 20 Juni 2019

Kepada Yth. : Bapak Rektor
 Cq, Kepala Pusat Penelitian
 Universitas Jember
 di -
 Jember

Bersama ini kami sampaikan dengan hormat permohonan ijin penelitian atas :


Nama : Wahidul Huda
 N I M : 2002104003
 Jurusan : Ilmu Pendidikan
 Fakultas : IPK
 J u d u l : Hubungan antara kecerdasan, kognitif, dan emosional
 siswa dengan hasil belajar matematika di kelas
 IV yang belajar di kelas reguler

Tempat yang dituju untuk penelitian :

1. Kecamatan Sambutan Kabupaten Jember
2.
3.
4.
5.
6.
7.

Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mendapatkan data dalam rangka menyelesaikan program IPK. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.-

An. Dekan
 Pembantu Dekan I,


Dr. B. M. Soedjaja
Nip. 130 261 626



UNIVERSITAS JEMBER

Alamat : Jalan Veteran 3 - Kotak Pos 59 Telp. 21270-41422-41500

J E M B E R

nomor : 3568.h /PT32.119/MS 195.

23 Juni 1995

inspirasi : -

kehal : Permohonan ijin mengadakan penelitian

kepada : Yth. Mr. Suberono Kiki Tk I Jema Timur
Up. Sdr. Kepala Direktorat Sosial Politeknik
di Surabaya

Bersama ini kami sampaikan dengan hormat permohonan ijin mengadakan penelitian untuk memperoleh data :

N a m a / NIM : BAMBANG IRWANIO / 9002104029

Dosen/Mahasiswa : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

A l a m a t : Jl. Pahlawan 63 Sukowono Jember

Judul Penelitian : HUBUNGAN DIRECT SPEECH MULTI LEVEL MARKETING
ARWY DENGAN SIKAP MENTAL WIRASWASTA WAKIL-
WA YANG TERJUN DI DALAMNYA.

Di daerah : Kec. Sambomartani Jember

Lamanya : 2 bulan.

Untuk pelaksanaan penelitian tersebut diatas, mohon bantuan serta perkenan Saudara untuk memberikan ijin kepada dosen/mahasiswa tertera di dalam mengadakan penelitian sesuai dengan judul tersebut diatas.

Kemudian atas perkenan dan bantuan Saudara dimohon terima kasih.

REKTOR
u. d.

KEMENTERIAN PENELITIAN

Tembusan kepada :

1. Sdr. Dekan Fak. Keg. P.
Universitas Jember.

2. Dosen / Mahasiswa yang bersangkutan

3. Sdr. Kepala TU Univ. Jember.



Ir. WAGITO

NIP : 130516238

SURAT KETERANGAN

1 2 3 4

Unsur-unsur dalam surat / research

Nomor: 1072/1000/5/1995/1995

1. KEPERUSAHAAN UNIV JEMBER SP BRTI 95 15 3568 4/1995/1995

1. Instruksi Menteri Dalam Negeri No. 3 Tahun 1972
2. Surat Gubernur Kepala Daerah Tk. I Jawa Timur dtl. 17 Juli 1972 No. 1167/1972

dengan ini menyatakan TIDAK KEBEHATAN dilakukan survey / research oleh:

BIBI HING IRWANTO
 DIR. FKIP UNIV JEMBER
 JL. PAHLAWAN 63 SUTOWONO JEMBER

" HUBUNGAN DIRECT SELLING MULTI LEVEL MARKETING MINYAK
 DENGAN SIKAP MENTAL WIRASWASTA MAHASISWA YANG TERDIDIK
 DI DALAMNYA "

KABUPATEN JEMBER

2 (DUA) BULAN TERHITUNG TEL. SURAT DIKELUARKAN.

dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

Dalam jangka waktu 1 x 24 jam setelah tiba di tempat yang dituju diwajibkan melaporkan kedatangannya kepada Bupati/Walikota/madya Kepala Daerah Tk. II dan Kepolisian setempat.

Berlaku ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam Daerah hukum Pemerintah setempat.

Penjaga tata tertib, keamanan, kesopanan dan kesusilaan serta menghindari pernyataan-pernyataan baik dengan lisan ataupun tulisan/lukisan yang dapat menimbulkan/menyebabkan perselisihan atau menghinakan, bangsa dan negara dari suatu golongan penduduk.

Tidak diperkenankan menjadikankan kegiatan-kegiatan diluar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan sebagai terdapat di atas.

Setelah berakhirnya dilakukan survey/research, diwajibkan tertulis dahulu melaporkan kepada Pejabat Pemerintah setempat mengenai selanjutnya pelaksanaan survey/research, sebelum meninggalkan daerah tempat survey/research.

Dalam jangka waktu suatu bulan setelah selesai dilakukannya survey/research, diwajibkan memberikan laporan singkat pelaksanaan dan hasil-hasilnya kepada :

1. Ketua BAPPEDA Prop. Daerah Tk. I Jawa Timur
2. Kepala Direktorat Sospol Prop. Daerah Tk. I Jawa Timur
3. Bupati/Walikota/madya Kepala Daerah Tk. II yang bersangkutan
4. Kaswil/Direktorat/Dinas/Jawatan/Lembaga yang bersangkutan
5.

Surat keterangan ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat keterangan ini tidak mematuhi ketentuan-ketentuan sebagai terdapat di atas.

Surabaya 27 JUNE 1995

A.n. GUBERNUR KEPALA DAERAH TINGGAT I JAWA TIMUR

Wakil Kepala Direktorat Sosial Politik

Daerah Tk. I Jawa Timur
 Kepala Dinas/Lembaga yang
 bersangkutan
 B. J. H. P. S.
 Kepala Daerah II

KANTOR SOSIAL POLITIK

Jalan Sudarman No. 1 Telp. 61995 Jember

Jember, 25 Juli 1995

Nomor : 072/ 513 /330.36/19 95

KEPADA

Sifat : Penting

Lampiran : -

Yth. Sdr. Camat Sumpalsari

Perihal : SURVEY / RESEARCH

Di

SUMBERSARI.

Dasar Surat Keterangan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Timur No. 072/ 3523 /303/19 95 tanggal, 24 Juli 19 95 tentang ijin Survey / Research.

Demi kelancaran serta kemudahan dalam Pelaksanaan Survey/Research dimaksud, diminta kepada Saudara untuk memberi bantuan berupa data/keterangan yang diperlukan oleh :

Nama : BAMBANG IRWANTO

Alamat : JL PAHLAWAN 63 SUKOWONO JEMBER

Pekerjaan : MHS. FKIP UNIV JEMBER

Keperluan : melakukan Survey/Research.

Thema : " HUBUNGAN DIRECT SELLING MULTI LEVEL MARKETING ANWAY DENGAN SIKAP MENTAL WIRASWASTA MAHASISWA YANG TERJUN DI DALAMNYA "

Waktu : tanggal, 24 Juli s/d 24 Agustus 1995

Peserta :

Demikian atas perhatian serta bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

An. BUPATI KEPALA DAERAH TINGKAT II JEMBER
KEPALA KANTOR SOSIAL POLITIK

u.h

Kepala Seksi Penanganan


CHAIDAROH HASAN.BA
NIP. 510 058 927

th.

Jember

Kab. Jember

Surat - Keputusan

Nomor : 010/174/1995

Yang dimaksud dengan penelitian adalah :

- U. N. N. : 32.000.000,00
U. P. : 010/174/1995
Tanggal/Tempat : 10 Agustus 1995 / Jember
Jumlah : 1 (satu) orang

yang telah diangkat sebagai peneliti di Kantor Kecamatan Sumber Sari, Kecamatan Sumber Sari, Kabupaten Jember dengan ketentuan sebagai berikut :

- U. N. N. : 32.000.000,00
U. P. : 010/174/1995
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/Program : I.P./Pendidikan Luar Sekolah
Judul Penelitian : "Hubungan Direct Selling yaitu level marketing survey dengan Simpan Masak Wirasasta mahasiswa yang terdapat di dalamnya di Kecamatan Sumber Sari Kabupaten Daerah Tingkat II Jember - Tahun 1995"

telah melaksanakan Penelitian di Kecamatan Sumber Sari, Kotamadya Jember, Kabupaten Daerah Tingkat II Jember mulai dari tanggal 23 Juli sampai dengan 24 Agustus 1995.

Dokumen surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sumber Sari, 10 Agustus 1995

W. S. S. S.
Kecamatan

W. S. S. S.

W. S. S. S., SH

P. S. S. S.

HP. 010 174 794

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

N A M A : Bambang Irawanto
 NIM/JURUSAN/ANGK : 9002104029
 JUDUL SKRIPSI :
 ... Pengaruh Direct Selling Multi-level Marketing Anway
 ... Terhadap Sikap Mental Wirausaha dan Pemasaran Produknya
 ...
 PEMBIMBING I : Dra. Djoko Suhud
 KELOMPOK KONSULTASI:

No	Hari & Tanggal	Materi Konsultasi	Pembimbing I
1	11 Sabtu 29 Jun 1988	Judul & Matrik	[Signature]
2			[Signature]
3			[Signature]
4			[Signature]
5			[Signature]
6			[Signature]
7			[Signature]
8			[Signature]
9			[Signature]
10			[Signature]
11			[Signature]
12			[Signature]
13			[Signature]
14			[Signature]
15			[Signature]
16			[Signature]
17			[Signature]
18			[Signature]
19			[Signature]
20			[Signature]

Catatan :
 1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan Konsultasi.
 2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Ujian Pra Skripsi dan Ujian Skripsi.