



**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM
STUDI S-1 UNIVERSITAS JEMBER
TENTANG BISNIS *MULTI LEVEL*
MARKETING (MLM)**

SKRIPSI

Oleh

**Finda Nur Hikmah
NIM 110810201062**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S-1 UNIVERSITAS JEMBER
TENTANG BISNIS *MULTI LEVEL*
MARKETING (MLM)**

**STUDENT'S PERCEPTION IN ECONOMIC FACULTY STUDY
PROGRAMME S-1 UNIVERSITY OF JEMBER ABOUT MULTI LEVEL
MARKETING (MLM)**

SKRIPSI

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

Oleh

**Finda Nur Hikmah
NIM110810201062**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS EKONOMI – UNIVERSITAS JEMBER

SURAT PERNYATAAN

Nama : Finda Nur Hikmah
NIM : 110810201062
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1
Universitas Jember Tentang Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 05 Mei 2015

Yang menyatakan,

Finda Nur Hikmah

NIM 110810201062

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI S-1
UNIVERSITAS JEMBER TENTANG BISNIS
MULTI LEVEL MARKETING (MLM)

Nama Mahasiswa : Finda Nur Hikmah
NIM : 110810201062
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 04 Mei 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, M.Si

NIP.19591013 198802 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si

NIP 19610710 198902 1 002

Menyetujui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E, M.M

NIP 19780525 200312 2 002

JUDUL SKRIPSI

PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI S-1
UNIVERSITAS JEMBER TENTANG BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING*
(MLM)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Finda Nur Hikmah

NIM : 110810201062

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

20 Mei 2015

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Sriono, M.M : (.....)
195610311986031001

Sekretaris : Prof. Dr. Raden Andi Sularso, MSM : (.....)
196004131986031002

Anggota : Drs. Marmono Singgih, M.Si : (.....)
196609041999021001

Mengetahui/ Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, Ayah M. Basori dan Ibu Dewi Khoiroh yang tercinta dan tersayang.
2. Keempat Adikku M. Taufiqi Setiawan, M. Wahyu Robbi, Fikriansyah Ramadhoni dan M. Fahri Arridho yang tercinta dan tersayang.
3. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

**Wahai orang-orang yang beriman mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.
(QS. Al-Baqarah : 153)**

Dan Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai kabar gembira bagi kemenanganmu, dan agar tentram hatimu karenanya.

Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah Yang Maha Kuasa.

(QS. Al-Isra' :63)

Jika ingin merubah derajat dunia harus dengan USAHA dan DOA, jika ingin merubah derajat di akhirat tingkatkan IMAN, jadikan yang lembut itu HATI, yang tipis itu BUDI, yang tebal itu IMAN, yang tajam itu AKAL, yang baik itu SIFAT, dan yang manis itu SENYUMAN.

(Finda Nur Hikmah)

RINGKASAN

“Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember Tentang Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ”; Finda Nur Hikmah ; 110810201062 2015; 77 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat. Perusahaan bisnis semakin menjamur pada semua tingkatan, dari skala kecil, menengah, hingga skala besar, baik dalam bidang produk maupun jasa. Berkembangnya bisnis tersebut menyebabkan begitu banyak alternatif bagi masyarakat untuk memilih jenis bisnis yang sesuai dengan keinginannya, Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) atau *Networking Marketing*. MLM merupakan pengembangan pemasaran dari metode *direct selling* (pemasaran langsung). Menurut Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) di Indonesia perusahaan yang tercatat sebagai anggota APLI diantaranya adalah PT. Amway Indonesia, PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI), PT. Harmoni Dinamik Indonesia (High Desert), PT. Nadja Sukses Utama (Sophie Marteen) dan PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame). Sistem bisnis MLM mulai banyak dipilih oleh beberapa kalangan sebagai alternatif kegiatan bisnis, termasuk kalangan mahasiswa. Banyak mahasiswa yang memulai bisnis MLM sebagai pilihan untuk meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu bisnis ini juga tidak mengganggu aktivitas perkuliahan karena tidak ada jam kerja sehingga dapat di kerjakan kapan saja di waktu senggang perkuliahan. Bisnis MLM juga diyakini dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* kepada mahasiswa secara tidak langsung.

Penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih dengan pertimbangan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam dari masing-masing informan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember. Subyek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang aktif sebagai *member* bisnis MLM. Informan dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S-1 Universitas jember tentang bisnis MLM adalah positif, asalkan teliti dalam memilih bisnis MLM. karena bisnis jaringan dapat memberikan keuntungan finansial kepada *member*, selain itu bisnis MLM merupakan pengikat tali silaturahmi karena hampir setiap hari ada pertemuan sehingga memunculkan persaudaraan yang kuat diantara para *member* MLM. *Member* MLM juga lebih mampu berkomunikasi dengan baik serta adanya perubahan karakter yang lebih baik pada diri *member* tersebut, bisnis MLM juga merupakan solusi yang baik untuk mahasiswa dalam menambah penghasilan, sehingga meringankan beban orang tua. Peran *stakeholder* dalam MLM sangat baik dalam memasarkan produknya. Sehingga kegiatan bisnis yang dijalankan berjalan lancar, baik dari sistem kerja maupun dari produk yang dijual.

SUMMARY

"Student's Perception In Economic Faculty Study Programme S-1 University Of Jember About Multi Level Marketing (MLM)"; Finda Nur Hikmah ; 110810201062 ; 2015; 77 pages ; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember .

The world of business in Indonesian now is to thrive. A business firm mushrooming on all levels, of small scales, middle class, to a large scale, both in field of product and services. The business has caused so many alternative for people to choose a business in accordance with the desire. One of the business that develops when this is business networking marketing or Multi Level Marketing. MLM is the marketing of the development of a method of direct selling. According to the seller direct association of Indonesia (APLI) in Indonesian listed company as a member of APLI of them is PT. Amway Indonesia (Amway), PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI), PT. Harmoni Dinamik Indonesia (The High Desert), PT. Nadja Sukses Utama (Sophie Martin) and PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame). Business systems MLM start many chosen by many people as an alternative to business activities including the students. Many students who start businesses MLM as options to increase their income. Apart from that business is also not to disturb the activity of lecture because there is no working hours so it can do at anytime in the free lecture. MLM business also believed to be able to grow the spirit of entrepreneurship to student indirectly.

This research is a qualitative phenomenological approach. A qualitative approach chosen to obtain more information from each informant of the Faculty Economics Study Programme S-1 University Of Jember. The social group of this research is a student the Economics Faculty Study Programme S-1 University Of Jember. While the informants of this study is the a student the Economics Faculty Study Programme S-1 University Of Jember was chosen as informants in accordance with predetermined criteria .

This research lead to results and the conclusion that the perception students of the Faculty Economic Study Programme S-1 University Of Jember about business MLM is positive. Because the business network can provide financial benefit for member, others the MLM is a fastener a rope silaturahmi because almost every day there is a meeting. So that gave rise to a fraternity stronger between the MLM member. Member MLM also more able to communicate with good as well as the change in the character of being better at yourself in the member , MLM business is also a good solution to a student in increasing income, relieve the burden of parents. Students of the Faculty Economic Study Programme s-1 University Of Jember on the role of stakeholders perception that the distributor are very good at distributing their product. So that business activity that runs smoothly run , both from the operating system and of products sold .

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karunia Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember Tentang Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini berjalan sebagai mana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Sriono, M.M selaku penguji I yang telah banyak memberikan masukan yang sangat bermanfaat saat ujian skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Raden Andi Sularso, MSM selaku penguji II yang telah banyak memberikan masukan yang sangat bermanfaat saat ujian skripsi.
5. Bapak Drs. Marmono Singgih, M.Si selaku penguji III yang telah banyak memberikan masukan yang sangat bermanfaat saat ujian skripsi.
6. Bapak Dr. Imam Suroso, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar memberikan nasehat yang membangun bagi penulis.
7. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan nasehat yang membangun bagi penulis.
8. Seluruh informanyang telah memberikan kesempatan, data, dan ijin untuk menjadi obyek dalam penelitian ini.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi. Serta karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang juga telah banyak membantu.
10. Kedua Orang Tuaku, Ayah M. Basori dan Ibu Dewi Khoiroh tercinta dan tersayang, yang dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, memberikan semangat utukku serta selalu mendoakan yang terbaik utukku.
11. Keempat Adikku M. Taufiqi Setiawan, M. Wahyu Robbi, Fikriansyah Ramadhoni, dan M. Fahri Arridho tersayang yang selalu menghiburku, dan memberikan semangat utukku.
12. Teman-temanku, Lia, Drefke, Husna, Lely, Ochi, mbak Ana, mbak Ira, mbak Susi dan yang lainnya, terima kasih untuk persahabatan selama ini.
13. Keluarga besar UKM BASTILING FE-UJ terima kasih atas segala persaudaraannya selama ini
14. Keluarga Besar Kosan Jalan Jawa 2E No.18 terima kasih atas persaudaraannya selama ini.
15. Teman-teman SMKN 1 Lumajang terima kasih semangat, dan persahabatannya.
16. Bapak dan Ibu Guru dari TK. Raudhatul Atfal Pulosari, MI Miftahul Ulum Pulosari, SMPN 4 LUMAJANG, SMKN 1 LUMAJANG terima kasih banyak atas ilmu, nasehat yang sangat-sangat bermanfaat.
17. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Jember, semoga kesuksesan menyertai kalian.

Semoga Allah selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu. Penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, 27 April 2015

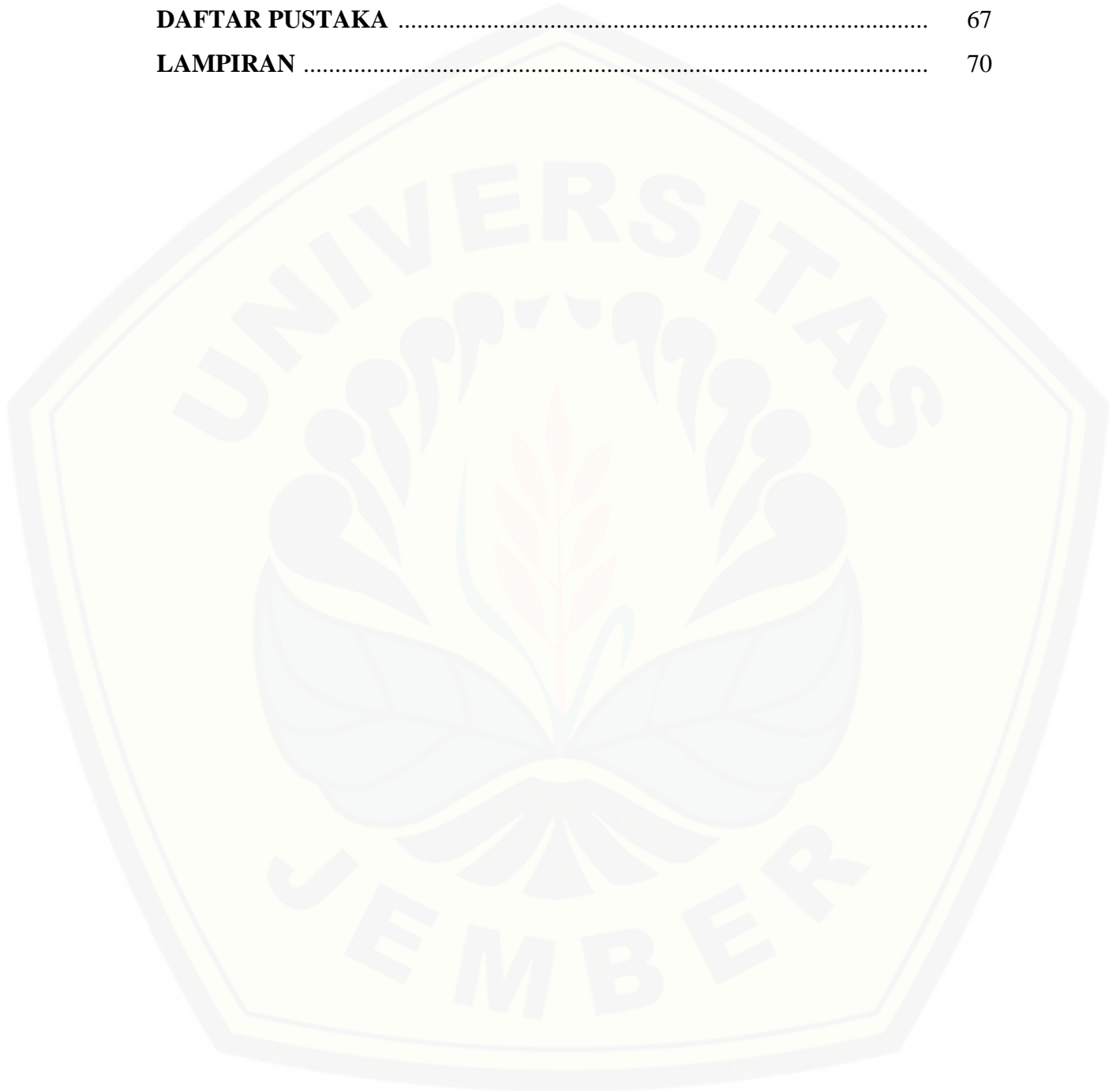
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Pengertian Bisnis	6
2.1.2 Sejarah Lahirnya Bisnis <i>Multi Level Marketing</i>	6
2.1.3 Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	8
2.1.4 Perbedaan antara MLM dengan Penjualan Konvensional	8
2.1.5 Cara Memilih Bisnis MLM yang tepat	9
2.1.6 Alasan Perusahaan memilih MLM untuk Distribusi Produk	10
2.1.7 Pengertian <i>Leader, Upline, dan Downline</i> dalam MLM.	11
2.1.8 Kelebihan dan Kelemahan Bisnis MLM	12

2.1.9 Bentuk-bentuk Bisnis MLM	14
2.1.10 Istilah-istilah penting dalam bisnis MLM.....	16
2.1.11 Sistem Kerja bisnis MLM.....	17
2.1.12 <i>Stakeholder</i>	18
2.1.13 Persepsi	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3 Unit Analisis	26
3.3.1 Subyek Penelitian	26
3.3.2 Informan.....	27
3.4 Validitas Data.....	27
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Peran Peneliti	31
3.7 Isu Etika	31
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Profil Fakultas Ekonomi Universitas Jember	35
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	36
4.2 Proses Pengumpulan dan Analisis Data.....	37
4.3 Pembahasan	42
4.3.1 Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM.....	61
4.3.2 Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang Peran <i>Stakeholder</i> pada bisnis MLM.....	62
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	63

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
4.1 Daftar Informan Berdasarkan Usia Mahasiswa	38
4.2 Distribusi Frekuensi Informan Berdasarkan Usia Mahasiswa.....	39
4.3 Daftar Distribusi Informan Berdasarkan Program Studi.....	39
4.4 Daftar Informan Berdasarkan Tahun Angkatan	40
4.5 Daftar Informan Berdasarkan Nama Bisnis MLM.....	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Bentuk Bisnis MLM Sistem <i>Binary</i>	15
2.2 Bentuk Bisnis MLM Sistem Matahari (<i>Break Away</i>)	15
2.3 Bentuk Bisnis MLM Sistem <i>Matrix</i>	16
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
3.1 Analisis Data Model Interaktif.....	31
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	70
Lampiran 2. Foto-foto Penelitian 1	71
Lampiran 3 Foto-foto Penelitian 2	72
Lampiran 4 Foto-foto Penelitian 3	73
Lampiran 5 Foto-foto Penelitian 4	74
Lampiran 6 Foto-foto Penelitian 5	75
Lampiran 7 Foto-foto Produk Oriflame	76
Lampiran 8 Foto-foto Produk Sophie Marteen	78
Lampiran 9 Foto-foto Produk Tupperware	79
Lampiran 10 Foto-foto Produk Paloma.....	80
Lampiran 11 Foto-foto Produk Moment	81
Lampiran 12 Foto-foto Produk Kangzen Kenko.....	82
Lampiran 13 Foto-foto Produk Melia Sehat Sejahtera	83

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat. Perusahaan bisnis semakin menjamur pada semua tingkatan, dari skala kecil, menengah, hingga skala besar, baik dalam bidang produk maupun jasa. Berkembangnya bisnis tersebut menyebabkan begitu banyak alternatif bagi masyarakat untuk memilih jenis bisnis yang sesuai dengan keinginannya, dimana orang-orang dalam bisnis tersebut (distributor) menawarkan produk yang bermutu dan didukung sistem pemasaran yang sudah teruji efisiensinya. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) atau *Networking Marketing*.

MLM adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *Upline* jika mempunyai *Downline* (Dennis, 2012). MLM singkatan dari *Multi Level Marketing*, *Multi* dapat diartikan “banyak”, *Level* ialah “berjenjang” atau “bertingkat”, sedangkan *Marketing* adalah “pemasaran”. Jadi MLM adalah suatu metode atau cara menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor, pendapatan yang dihasilkan terdiri dari eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang di bentuk oleh para distributor. Dikatakan “*Multi Level*” karena organisasi distributor dalam hal ini penjualnya berjenjang banyak, organisasi distributor bertingkat-tingkat, tidak sekedar satu tingkat atau dua tingkat, tetapi juga banyak tingkatnya. Semua orang yang diajak dan ikut bergabung merupakan suatu kelompok distributor. Mengajak tersebut tidak terbatas, sampai berapa tingkat atau sampai berapa *level* tanpa dibatasi (Mar’atus, 2013). MLM merupakan pengembangan pemasaran dari metode *direct selling* (pemasaran langsung), *Direct selling* sendiri adalah strategi pemasaran yang mengandalkan kualitas dan jangkauan distributor dalam memasarkan produknya (Diana, 2012).

Perusahaan MLM menggunakan *direct selling* dengan 2 cara, yaitu: (1) *Single Level Marketing* (pemasaran satu tingkat), adalah metode pemasaran barang atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukannya sendiri, (2) *Multi Level Marketing* (pemasaran multi tingkat), adalah metode pemasaran barang dan jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya (Ida, 2014)

MLM dipersepsikan sebagai “terobosan baru” yang luar biasa dan merupakan cara terbaik untuk mendapatkan uang. Bahkan, sampai saat ini banyak orang yang masih menganggap pendapat tersebut sebagai suatu kebenaran. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan MLM yang ada di Indonesia dan banyaknya orang yang berminat untuk bergabung dalam program-program yang ditawarkan oleh perusahaan MLM.

Bisnis MLM dijalankan sebagai pekerjaan sampingan untuk memperoleh *income* guna kesejahteraan hidup di masa depan. Sistem ini menggunakan modal yang relatif kecil karena modalnya hanya untuk membuat ijin usahanya dan untuk membeli produknya saja, waktu yang *fleksibel* karena bisnis ini dijalankan dengan menggunakan waktu luang, tempat yang *fleksibel*, karena untuk menjalankan bisnis ini tidak dibutuhkan bangunan atau gedung, disamping itu untuk menjalankan bisnis ini tidak membutuhkan latar belakang khusus karena nantinya akan ada sekolah bisnis yang mengajarkan cara-cara untuk menjalankan bisnis ini yang juga dibantu dan dibimbing oleh para tim kerja.

Bisnis MLM di Indonesia saat ini berjumlah lebih dari 100 perusahaan. Menurut Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) perusahaan yang tercatat sebagai anggota APLI diantaranya adalah PT. Amway Indonesia (Amway), PT. Citra Nusa Insan Cemerlang, PT. Harmoni Dinamik Indonesia, PT. Singa Langit Jaya (Tianshi), PT. Nadja Sukses Utama (Sophie Martin), PT. Herbalife Indonesia (Herbalife), dan PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) (www.apli.or.id).

Sistem pemasaran melalui MLM menjadi menarik karena melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk, selain dapat menikmati manfaat produk, juga bisa memperoleh hadiah yang ditawarkan produsen, seperti haji dan umrah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk seminimal mungkin. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (Moh Bahrudin, 2011).

Bisnis MLM mulai banyak dipilih oleh beberapa kalangan sebagai alternatif kegiatan bisnis, termasuk kalangan mahasiswa. Banyak mahasiswa yang memulai bisnis MLM sebagai pilihan untuk meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu bisnis ini juga tidak mengganggu aktivitas perkuliahan karena tidak ada jam kerja sehingga dapat di kerjakan kapan saja di waktu senggang perkuliahan. Bisnis MLM juga diyakini dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* kepada mahasiswa secara tidak langsung.

Perkembangan bisnis MLM ini membuat mahasiswa memiliki banyak alternatif dalam memilih bisnis tersebut. Namun tidak semua mahasiswa tertarik dengan bisnis ini, dikarenakan adanya informasi negatif mengenai bisnis MLM. Informasi-informasi tersebut muncul akibat perkembangan bisnis MLM yang marak ditanah air dinodai oleh beberapa perusahaan bisnis MLM palsu, perusahaan MLM palsu inilah yang merusak nama baik perusahaan MLM murni. Berbeda dengan perusahaan MLM murni yang berfokus mencari keuntungan dari hasil penjualan produk, perusahaan MLM palsu lebih fokus mencari keuntungan dari modus penggandaan uang (*money game*) dan perekrutan jaringan sebanyak mungkin dengan cara-cara manipulatif (Elvia, 2015).

Informasi-informasi tersebut membentuk persepsi negatif dan positif pada mahasiswa. Persepsi berasal dari bahasa Inggris yaitu kata *perception*, yang diambil dari bahasa latin *perception*, yang berarti menerima atau mengambil. Menurut Leavitt (dalam Nuril, 2014:4) persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas

persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Menurut Robins (dalam Elvia, 2015:5) persepsi yang positif muncul pada diri seseorang karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan, serta adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan. Sedangkan penyebab munculnya persepsi negatif seseorang karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan. Jadi mahasiswa yang mendapatkan informasi yang sembarangan akan menimbulkan persepsi yang negatif. Makin besar persepsi negatif mahasiswa terhadap bisnis MLM, maka semakin besar pula penghindaran mahasiswa terhadap bisnis MLM dan semakin sulit mahasiswa mengambil keputusan untuk mengikuti bisnis tersebut.

Dari isu inilah maka dirasa menarik untuk dilakukan penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

1.2 Rumusan Masalah

Bisnis MLM menjadi suatu yang kontroversial di kalangan mahasiswa, Sistem ini telah ada sejak dulu, banyak dari mahasiswa yang kecewa dan rugi dengan bisnis MLM setelah mereka bergabung. Salah satu faktor kerugiannya karena mahasiswa belum paham dengan bisnis ini, mereka hanya ikut-ikutan saja. Tidak semua bisnis MLM merugikan, tergantung dari mahasiswa sendiri bagaimana menyikapinya dan memilih bisnis MLM secara benar.

Fenomena yang kontradiktif ini sangat menarik untuk di kaji secara mendalam baik oleh peneliti ataupun oleh pemasar. Dimana perilaku ini sering dipengaruhi oleh persepsi yang ada di benak mahasiswa. Pemahaman terhadap apa yang di persepsikan mahasiswa pada suatu bisnis MLM tertentu dapat membantu pemasar untuk merumuskan strategi dalam menarik perhatian mahasiswa untuk bergabung menjadi anggota MLM dan memperluas jaringannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)? ; dan
2. bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang peran *stakeholder* dalam mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).
2. Untuk mengetahui dan memahami persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Universitas Jember tentang peran *stakeholder* dalam mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan
Diharapkan penelitian ini memberikan masukan dalam perkembangan ilmu pengetahuan mengenai persepsi mahasiswa tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).
2. Bagi Peneliti
Dapat digunakan sebagai sarana dalam mempraktekkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dan sebagai tambahan pengalaman maupun pengetahuan dibidang pemasaran.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Bisnis

Menurut Sampurno Wibowo (2009 : 9) Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang di dalam bidang perindustrian. Organisasi bisnis terdiri dari pasar, perusahaan, pihak *eksternal*, dan konsep perubahan. Manajemen perusahaan harus mampu menggunakan sumber daya konseptual maupun sumber daya fisik untuk mencapai keunggulan kompetitis.

Menurut Bukhori Alma (1993:2) Bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.

2.1.2 Sejarah lahirnya bisnis *Multi Level Marketing*

Menurut Wuryando (dalam Radinton, 2011) istilah MLM pertama kali ditemukan oleh dua orang profesor pemasaran dari Universitas Chaicago pada tahun 1940-an dengan nama perusahaan Nutrilite. Produk pertamanya yang dijual perusahaan Nutrillite adalah vitamin dan makanan tambahan. Perusahaan Nutrilite ini merupakan salah satu perusahaan pertama yang menawarkan konsep bisnis MLM. Perusahaan Amway muncul dengan menggunakan konsep yang sama yakni menerapkan konsep bisnis MLM. Pada perkembangan selanjutnya perusahaan Nutrilite mengalami masalah dari pemerintahan Amerika. Hingga akhirnya perusahaan Amway yang menggunakan konsep bisnis MLM mengambil alih perusahaan Nutrilite. Pada tahun 1953 perusahaan Amway mendapat pengakuan dari pemerintah Amerika serikat dan mengesahkan kelegalannya sebagai perusahaan MLM.

MLM sendiri mulai tumbuh di luar Amerika Serikat pada tahun 1960-an. Dan dalam waktu singkat, MLM berkembang pesat sebagai bagian yang terpenting dari industri penjualan langsung. Selama puluhan tahun MLM terbukti merupakan cara yang sangat sukses memberikan pendapatan yang sewajarnya

kepada pelanggan secara langsung. Seperti halnya semua bentuk penjualan langsung, kaidah ini membawa manfaat yang luar biasa bagi pasar dengan memberikan kesempatan kepada ribuan orang yang mungkin menganggur. Seorang distributor yang telah cukup berhasil bernama Dr. Forrest Shaklee mendirikan perusahaan MLM yang diberi nama Shaklee. Perusahaan Dr. Forrest Shaklee ini bergerak pada bidang kesehatan. Pada tahun 1970-an perusahaan Amway dan Shaklee melakukan ekspansi ke Negara Inggris. MLM memang memberikan kesempatan kepada setiap orang, yang asalnya tidak berbakat di dunia perdagangan. Perniagaan ini menawarkan kemudahan bagi setiap orang dengan cara yang sederhana, untuk menambah penghasilan mereka. MLM memperbolehkan orang berniaga dengan produk yang unik dan inovatif, membawa mereka ke pasar tanpa mengeluarkan ongkos iklan di media masa yang sangat besar, dan tanpa harus bersaing di kedai-kedai runcit. Suatu kaedah distribusi produk dengan sentuhan pribadi yang sudah berkembang ke seluruh dunia (Catur, 2009).

Di Indonesia sendiri tepatnya di Bandung pada tahun 1986 berdiri Nusantara Sun Chorelatama yang akhirnya berubah menjadi CNI (Citra Nusa Insan Cemerlang). Kemudian ditahun 1992 bisnis MLM perusahaan Amway diperkenalkan. Pada perkembangan dari tahun ke tahun bisnis MLM terlihat semakin menjanjikan, dengan iming-iming yang sangat menggairkan yaitu uang dapat senantiasa mengalir tanpa mengurus banyak tenaga dan juga keuntungan yang berlipat dari segi ekonomi ini tak jarang membuat masyarakat (pelaku) terjerumus dalam kasus penipuan seperti kasus BMA (Banyumas Mulia Abadi) dan KSU Prasetya Nugraha (Koperasi Serba Usaha) terlebih masih banyak MLM yang menyimpang dari sistem MLM yang sebenarnya (Lukman, 2014).

Bisnis MLM terus marak dan bertambah subur laksana tumbuhnya jamur di musim hujan setelah badai krisis moneter dan ekonomi 1998. Pelaku bisnis yang terjun di dunia MLM memanfaatkan situasi krisis untuk menawarkan solusi kerja *part time* dengan mendatangkan penghasilan besar. Beberapa perusahaan yang cukup populer di masyarakat di antaranya CNI, Amway, Tupperware, Tianshi, Sophie Marteen, Oriflame, dan Avail (Moh.Bahrudin, 2011).

2.1.3 Pengertian *Multi Level Marketing*

Bisnis jaringan adalah bisnis yang dapat dikerjakan oleh siapa saja karena dalam bisnis ini tidak diperlukan proses *interview*. Selain itu, modal yang dibutuhkan jika ingin bergabung relatif kecil, membuat semua orang dari berbagai lapisan masyarakat dapat dengan mudahnya masuk ke dalam bisnis jaringan (Oktavianus, 2014:9). Semakin banyak perusahaan yang memilih untuk menggunakan bisnis jaringan karena sesuai dengan ekonomi baru. Perusahaan dapat menyediakan seluruh layanan pendukung dan membayar distributor murni berdasarkan kinerja untuk mempromosikan produk mereka (Eric, 2014:14). MLM merupakan sebuah cara memasarkan produk dari produsen ke konsumen melalui agen atau distributor tunggal mandiri. Agen atau distributor mandiri inilah yang bergerak sebagai pemasar dan pengiklan, perusahaan menghargai pemasar dengan bonus dan penghargaan (Nistains, 2007:20). Berdasarkan definisi tersebut, bahwa kesuksesan suatu MLM tergantung pada kualitas produk yang dijual dan kualitas produk yang ditawarkan. MLM hanya bisa menawarkan sesuatu yang relatif sama dengan metode pemasaran yang lainnya. Oleh karena itu jika ada MLM yang menawarkan keuntungan dengan mudah dan sangat cepat, maka MLM ini harus diwaspadai karena bisa jadi merupakan rencana yang melanggar hukum dan tidak sesuai dengan tujuan dari MLM yang sesungguhnya.

2.1.4 Perbedaan antara MLM dengan Penjualan Konvensional

- a. Penjualan konvensional, melalui banyak agen sehingga banyak mata rantai distribusi yang di tempuhnya. Masing-masing mata rantai distribusi tersebut memerlukan pengeluaran berupa biaya distribusi yang akhirnya masuk ke dalam komponen harga produk. Sedangkan penjualan melalui MLM, produk bergerak melalui perusahaan MLM kemudian langsung ke distributor
- b. Produk-produk konvensional biasanya di promosikan melalui iklan, baik melalui media elektronik, cetak maupun media lainnya. Biaya iklan ini termasuk ke dalam komponen harga produk. Sedangkan produk MLM tidak di iklankan melalui media massa. Produknya diperkenalkan melalui cerita dari mulut ke mulut oleh para distributor.

Dari perbedaan itu, terlihat bahwa distribusi melalui MLM akan efisien dan harga akan lebih murah, tetapi nyatanya harga produk MLM tidak lebih murah. Penghematan dari biaya distribusi dan biaya iklan dialokasikan untuk komisi dan bonus para distributor. Dalam bisnis MLM, Distributor dapat mengajak dan mengembangkan bisnisnya, sehingga membentuk organisasi distributor sendiri, semakin besar organisasi dan semakin banyak melakukan penjualan maka semakin besar pula komisi yang kelak diterima.

2.1.5 Cara Memilih Bisnis MLM yang Tepat

Adapun cara memilih bisnis MLM yang tepat adalah : kestabilan perusahaan, produk yang dipasarkan, sistem pembagian keuntungan, support/dukungan perusahaan (Oktavianus, 2014:24-27).

a. Kestabilan Perusahaan

Perusahaan yang kuat dan stabil adalah hal yang perlu diperhatikan karena tujuan berbisnis MLM adalah untuk memperoleh kebebasan waktu dalam jangka panjang.

b. Produk yang Dipasarkan

Hal kedua yang perlu dipertahankan adalah produk perusahaan MLM tersebut haruslah produk yang dapat dipertanggungjawabkan kualitasnya dan diterima oleh masyarakat. Produk yang menarik, unik dan mudah dipasarkan akan membuat seorang distributor lebih mudah dalam mendapatkan keuntungan.

c. Sistem Pembagian Keuntungan

Berhati-hati dalam memilih bisnis MLM, ada beberapa perusahaan “permainan uang” yang berkedok MLM, dimana peluang keberhasilan anggota yang masuk di awal akan lebih besar daripada anggota yang masuk belakangan. Perusahaan MLM yang benar adalah perusahaan yang menawarkan peluang keberhasilan yang tidak ditentukan oleh siapa yang masuk terlebih dahulu. Semua anggota mempunyai peluang keberhasilan yang sama besarnya dalam meraih kesuksesan. Beberapa ciri dari perusahaan permainan uang lainnya adalah :

1) Modal awal relatif besar

Terkadang tidak ada produk yang diberikan sebagai ganti uang yang disetor di awal, seandainya ada pun nilainya tidak sebanding dengan uang yang member keluarkan.

2) Ada beberapa perusahaan “permainan uang” yang menawarkan tabungan dengan bunga tetap dengan suku bunga yang jauh melebihi bunga bank.

3) *Member* mendapatkan komisi bukan dari penjualan produk, namun dari banyaknya orang yang berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, *member* tidak akan menghasilkan uang lagi apabila perusahaan perekrutan dihentikan.

Pada umumnya perusahaan permainan uang tidak akan bertahan lebih dari 5 tahun. Biasanya bisnis permainan uang hanya akan menguntungkan 20 % orang yang masuk terlebih dahulu dan tentu saja pemilik bisnis tersebut.

d. *Support/ Dukungan Perusahaan*

Beberapa perusahaan MLM menawarkan dukungan berupa kemudahan pengiriman, harga catalog yang terjangkau, fasilitas internet, dan lain-lain. Perusahaan yang dapat memberikan dukungan yang lengkap disertai dengan kekuatan/kestabilan perusahaan, produk yang diterima masyarakat, dan sistem yang menguntungkan yang seharusnya menjadi pilihan bagi seseorang yang ingin berbisnis MLM secara serius.

2.1.6 Alasan Perusahaan Memilih MLM untuk Distribusi Produk

Ada beberapa alasan perusahaan memilih MLM untuk mendistribusikan produknya adalah : biaya *overhead* yang relative rendah, biaya *overhead* distribusi yang rendah, tingkat pertumbuhan yang tinggi, dan tim *sales* yang termotivasi (Gilang, 2012).

a. Biaya *overhead* yang relatif rendah

Tidak seperti perusahaan retail, perusahaan MLM tidak perlu mengalokasikan dana yang besar dalam *advertising* untuk menarik *customer*. Sebagai penggantinya, dana dialihkan untuk memberikan komisi bagi distributor berdasarkan hasil, yaitu dari persentasi produk yang terjual.

- b. Biaya *overhead* distribusi yang rendah
Tipikal distribusi melalui retail menggunakan serangkaian regional, Negara, kota, retailer lokal untuk mendistribusikan barang-barang. Masing-masing perlu mendapatkan keuntungan harga dari barang.
- c. Tingkat pertumbuhan yang tinggi
Perusahaan MLM yang diatur dengan baik bisa berkembang dengan tingkat pertumbuhan 20 %, 50 %, bahkan 100 % tiap bulan.
- d. Tim *sales* dan *marketing* yang termotivasi
Ada banyak sekali produk yang membanjiri pasaran. Dibutuhkan dana *marketing* yang besar untuk bisa memperoleh tempat di *customer*. Selain itu banyak produk yang membutuhkan penjelasan yang rinci dibandingkan dengan yang dilakukan di iklan TV selama 30 detik.
Bagi perorangan, MLM bisa memberikan kesempatan untuk mempunyai sumber penghasilan tambahan yang jika disertai dengan kerja keras, bisa menjadi sumber penghasilan yang cukup signifikan.

2.1.7 Pengertian *Leader*, *Upline*, dan *Downline* dalam MLM

Leader adalah Distributor yang sudah memiliki jaringan dan mampu membina jaringannya. Seorang *leader* memimpin dengan cara memberikan contoh yang baik dan benar. Apabila ada konsultan yang memiliki jaringan, namun tidak mampu melakukan tugas-tuganya sebagai seorang *leader*, maka orang tersebut tidak dapat di anggap sebagai *leader* (Oktavianus, 2014: 115). *Upline* adalah seorang distributor yang berada diatas jaringan. *Upline* biasanya anggota yang terlebih dahulu mendapatkan keanggotaan (Oktavianus, 2014: 115). *Downline* adalah anggota terbaru dari MLM yang masuk atas anjuran seorang *Upline* (Jennia, 2012).

Dari deskripsi diatas dapat dipahami bahwa dalam MLM semakin banyak seorang distributor (*leader*) memiliki *downline* semakin besar pula omzetnya. Bahkan dengan *downline* yang cukup seorang distributor tidak perlu lagi berusaha menjual produk untuk mencari keuntungan. Karena distributor tersebut telah mendapatkan penghasilan (bonus) *pasive income*.

2.1.8 Kelebihan dan Kelemahan Bisnis MLM

Bisnis jaringan mempunyai beberapa kelebihan dibanding bisnis lainnya. Adapun kelebihanannya adalah : modal relative rendah, risiko minimal, dapat dikemangkan dimana pun, dapat dikembangkan oleh siapapun, adanya pelatihan dan dukungan, hasil besar/tidak terbatas (Oktavianus, 2014:9-14) :

a. Modal Relatif Rendah

Pada beberapa perusahaan MLM dan para *partner*/distributornya lebih *intens*. Para distributor dengan prestasi terbaik mengadakan pertemuan/rapat berkala dengan pihak manajemen perusahaan untuk mendiskusikan mengenai strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Bahkan ada beberapa perusahaan yang menawarkan pembagian saham kepada para distributornya yang berprestasi. Jadi, salah satu kelebihan bisnis MLM di banding bisnis lainnya adalah modal yang relatif kecil. Dengan kata lain, bisnis jaringan telah membantu meratakan “lapangan permaian” dalam dunia bisnis. Rendahnya modal berbisnis jaringan disebabkan oleh :

- 1) Distributor MLM tidak harus menyediakan tempat seperti membuka usaha konvensional lainnya (buka stan, buka toko, buka pabrik, dan lain-lain). Beberapa perusahaan MLM bahkan menyediakan fasilitas ruang *training* (pelatihan) di kantor sebagai tempat kegiatan distributornya.
- 2) Tidak perlu mengeluarkan uang untuk menggaji staf manajemen (staf kasir, staf gudang, staf pembukuan, dan lain-lain). Perusahaan MLM biasanya telah menyediakan staf manajemen untuk membantu administrasi dan operasional pada distributornya. Jadi, fokus distributor MLM hanyalah memasarkan produk dan membentuk serta membina jaringan rekan bisnis saja
- 3) Tidak harus memiliki stok barang yang banyak. Katalog (brosur) dan beberapa contoh produk sudah cukup untuk digunakan sebagai modal untuk memulai bisnis mandiri.

b. Risiko Minimal

Bisnis jaringan adalah bisnis dengan resiko kecil. Hal ini disebabkan oleh:

- 1) Modal usaha yang relatif kecil dibanding dengan bisnis lainnya.
- 2) Sistem transaksi tunai dan mandiri dimana masing-masing distributor akan membayar pesannya terlebih dahulu sebelum menerima produk yang dipesan. Saat seorang distributor MLM melakukan pembelian produk, distributor tersebut langsung berhubungan dengan manajemen perusahaan MLM.

c. Dapat dikembangkan di mana pun.

- 1) Bila ingin mengembangkan bisnis MLM, tidak dibutuhkan tempat serta izin khusus untuk membuat usaha tertentu, sebagai distributor MLM dapat dikembangkan ke seluruh pelosok Nusantara. Bahkan ada beberapa perusahaan MLM yang memberikan kemungkinan untuk mengembangkan bisnis hingga ke luar negeri.
- 2) Berbeda dengan perusahaan konvensional, dalam bisnis MLM tidak perlu menyediakan tempat, persediaan barang, karyawan untuk mengembangkan bisnis MLM
- 3) Semua orang yang ditemui dapat menjadi rekan usaha MLM. Jadi bisnis MLM dapat dikembangkan dimanapun

d. Dapat dikembangkan oleh siapapun, karena tidak membutuhkan keahlian khusus untuk bisa meraih kesuksesan dalam bisnis MLM. Banyak sekali contoh orang yang sukses menjalankan bisnis MLM yang berasal dari latar belakang yang kelihatannya tidak mungkin berhasil, misalnya : individu yang *introver*, pembantu rumah tangga, mahasiswa yang masih kuliah dan tidak punya latar belakang bisnis, dan lain sebagainya.

e. Adanya pelatihan dan dukungan.

Di bisnis MLM Distributor tidak akan bekerja sendirian, selain itu perusahaan MLM juga mempunyai berbagai macam dukungan berupa: sistem *training* atau pelatihan serta peralatan yang menunjang (*flipchart*, VCD/DVD, dan lain - lain.) yang dapat membantu seorang distributor MLM untuk terus berkembang , baik secara keuangan maupun kepribadian.

f. Hasil Besar / Tidak Terbatas

Potensi dalam bisnis jaringan dapat dikatakan tidak terbatas. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya pembatasan jumlah orang yang dapat di ajak untuk bergabung dalam bisnis jaringan. Jadi, semakin banyak jaringan yang di bentuk dan semakin baik duplikasi yang dilakukan, maka akan semakin besar potensi penghasilan yang dapat diperoleh dalam bisnis jaringan.

Disamping berbagai kelebihan tersebut, strategi MLM juga memiliki beberapa kelemahan (Eric, 2014:15-17).

Kelemahan bisnis MLM adalah :

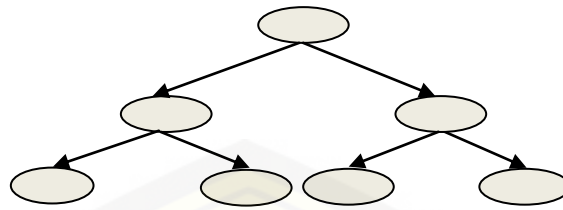
- a. Para member kadang tidak terlalu mengerti tentang produk yang dijualnya.
- b. Para member terkadang tidak jujur dan terkesan melebih lebihkan bila ditanya mengenai *income* yang sebenarnya.
- c. Tidak jujur menjelaskan tujuan ketika merekrut *member* baru, dan tidak menjelaskan dengan pasti bisnis apa yang ditawarkan.
- d. Terkesan memaksa orang untuk mengikuti bisnis yang ditawarkan.
- e. Untuk bisa mencapai puncak kesuksesan, dibutuhkan waktu yang relatif lama.
- f. Harus terus bekerja untuk mendapatkan penghasilan.

2.1.9 Bentuk-bentuk Jaringan Bisnis MLM

Adapun bentuk bisnis MLM yang ada saat ini, diantaranya adalah : sistem *binary*, sistem matahari, dan sistem *matrix* (Dewi dan Gilang, 2012).

a. Sistem *Binary*

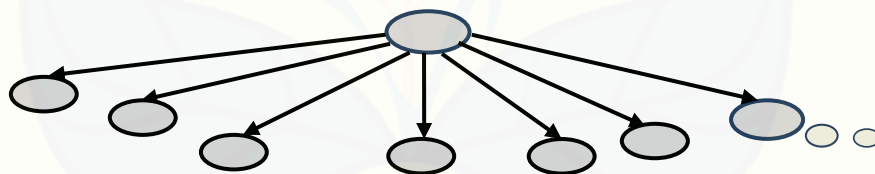
Binary System adalah struktur jaringan dengan titik yang memiliki maksimum dua sub titik sebagai anak atau *downline*. Struktur ini banyak dipakai untuk skema *recruitment* yang bersifat agresif untuk meningkatkan populasi, baik sebagai pengguna / konsumen aktif maupun sebagai *recruiter* aktif. Ini adalah *compensation plan modern* yang sering dipakai, yaitu mengembangkan dua tim di kiri dan kanan, kemudian perhitungan bonusnya adalah berdasarkan *omzet* tim. Model sistem seperti ini menonjolkan kecepatan kerja secara tim, semakin cepat perkembangan duplikasi dua nya, maka akan semakin bagus bonus nya. Berikut model gambar bisnis sistem *binary* :



Gambar 2.1: Bentuk Jaringan *Binary*
Sumber: Diolah dari berbagai rujukan, 2014

b. Sistem Matahari

Pada sistem matahari distributor menempatkan *frontline* tepat di bawah ini, generasi satu, dan jumlah yang bisa sponsori adalah *unlimited*. Banyak perusahaan yang sukses dengan model seperti ini, tapi kebanyakan perusahaan lama yang menggunakan sistem ini. Sistem ini pengembangan jaringannya mengutamakan kelebaran. Semakin banyak *frontline*, semakin besar bonus yang di dapat. Bonus yang didapat mitranya biasanya kecil di awal, namun besar di peringkat atas. Dikarenakan bonus member di awal karirnya kecil, maka biasanya perusahaan seperti ini mengandalkan iming-iming bonus perekrutan. Berikut gambar dari sistem matahari:

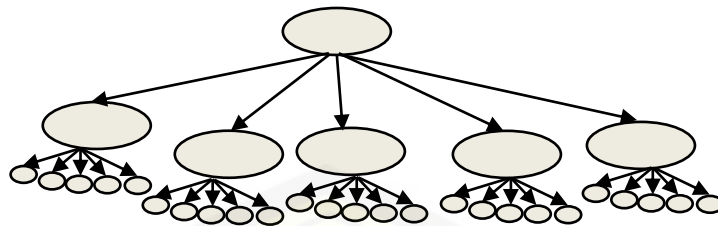


Gambar 2.2: Bentuk Jaringan Matahari
Sumber: Diolah dari berbagai rujukan, 2014

c. Sistem *Matrix*

Matrix system adalah struktur jaringan dengan titik yang memiliki maksimum sub-titik (*downline*) sejumlah tertentu: misalnya lima *downline*.

Dengan demikian diharapkan keseimbangan antara pertumbuhan jaringan pemasaran perusahaan dengan pertumbuhan pengguna produk. Biasanya *matrix* ini digabungkan dengan *marketing plan 1 garis/ powerline*, yang mana membuat orang-orang menjadi tertarik karena limpahan yang diberikan *upline*.



Gambar 2.3: Bentuk Jaringan *Matrix*
 Sumber: Diolah dari berbagai rujukan, 2014

Dengan mengetahui sistem jaringan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta keyakinan akan kesuksesan yang memungkinkan untuk dapat diraih dengan menyetujui segala syarat serta kompensasi yang ada. Maka distributor membesarkan bisnis MLM yang di pilih bisa dapat lebih terarah dengan baik.

2.1.10 Istilah-istilah Penting dalam Bisnis MLM

Istilah-istilah dalam bisnis MLM adalah (Oktavianus, 2014:115-116).

a. *Independen Distributor*

Sebutan untuk orang yang bergabung di bisnis MLM dengan membayar uang pendaftaran.

b. *Upline*

Semua distributor yang berada di atas jaringan.

c. *Direct Upline*

Orang yang diajak dan posisinya berada tepat langsung di bawah *upline*.

d. *Downline*

Semua distributor yang berada dibawah jaringan.

e. *Direct Downline*

Orang yang di ajak dan posisinya berada tepat langsung di bawah *downline*.

f. *Crossline*

Semua distributor yang berada diluar jaringan, tapi masih bergabung di perusahaan MLM yang sama.

g. *Leader*

Distributor yang sudah memiliki jaringan dan mampu membina jaringannya.

- h. Duplikasi
Berbagi semua informasi dan pengetahuan serta kemampuan yang telah dikuasai oleh distributor kepada rekan bisnisnya.
- i. *Closing*
Menutup presentasi atau penawaran yang dilakukan oleh seorang distributor.
- j. *Active Income*
Penghasilan yang dapat diperoleh apabila aktif bekerja.
- k. *Passive Income*
Penghasilan yang dapat diperoleh walaupun tidak aktif bekerja.
- l. Kebebasan Finansial
Suatu kondisi dimana *member* sudah dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga dalam jangka waktu yang tidak terbatas dari sumber keuangan yang dimiliki.
- m. Kebebasan Waktu
Suatu kondisi dimana *member* bebas melakukan kegiatan yang ingin dilakukan tanpa terikat jam kerja rutin.

2.1.11 Sistem Kerja Bisnis MLM

Secara global sistem MLM dilakukan dengan cara menjaring calon *member* yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut (Dennis, 2012) :

- a. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring calon konsumen produk dengan harga tertentu
- b. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan dari perusahaan.
- c. Sesudah menjadi *member* maka tugas berikutnya adalah mencari *member* baru dengan cara membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- d. Para *member* baru juga bertugas mencari calon *member* baru lagi dengan cara membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.

- e. Jika member mampu menjaring *member* yang banyak, maka akan mendapatkan bonus dari perusahaan. Semakin banyak *member* yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya *member* yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.
- f. Dengan adanya para *member* baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka *member* yang berada pada *level* pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara *estafet* dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya *member* baru tersebut.

2.1.12 Stakeholder

Stakeholder merupakan pihak *internal* maupun *external* seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja lingkungan perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Nor Hadi, 2011:93).

Untuk itu, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya di ukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik *internal* maupun *external*. Jadi *Stakeholder* adalah semua pihak baik *internal* maupun *external* yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.

2.1.13 Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya, baik dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi (Kenya, 2013 : 12).

Sedangkan pengertian persepsi yang dikutip dalam buku Philip Kotler and Kevin Lane bahwasanya :

“Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya, persepsi lebih penting dari realitas. Orang biasanya mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman : atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif”.
(Keller, 2008:179)

Persepsi yang dimaksud disini adalah pendapat atau pandangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM yaitu persepsi pada mahasiswa yang menjadi member aktif bisnis MLM.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Friska Novita Manurung (2010) dengan judul : “Perempuan Dalam Sistem Jaringan *Multi Level Marketing* Oriflame Cabang Yogyakarta” penelitian ini bertujuan untuk menganalisa sistem yang digunakan perempuan dalam membangun jaringan MLM, untuk menganalisa persoalan-persoalan dalam jaringan MLM, dan untuk menganalisa cara mengatasi persoalan-persoalan dalam MLM. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara, subyek dari penelitian ini adalah orang-orang yang dimintai atau keterangan melalui proses wawancara mengenai masalah yang diteliti. Subyek dalam peneliti ini adalah member Oriflame yang aktif 6 orang dengan berbagai jenis tingkatan posisi dalam jaringan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya keseriusan dan peningkatan peran *upline* yang dapat dikategorikan sebagai pemimpin dalam jaringan dibawahnya untuk dapat menemukan cara menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul dalam jaringan, sehingga dalam proses membangun jaringan dapat berjalan dengan lebih baik dan efektif.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dilakukan oleh Dianto Anugraha (2011). Penelitian yang berjudul “Persepsi Masyarakat terhadap Pesan Bisnis *Multi Level Marketing* Dan *Money Game*” bertujuan untuk mengetahui bagaimana

persepsi masyarakat terhadap bisnis *Multi Level Marketing* dan *Money Game*. Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif untuk menggambarkan persepsi masyarakat terhadap bisnis *Multi Level Marketing* dan *Money Game* sesuai dengan proses penerimaan yang berbeda pada masing-masing individu. Penelitian ini menitik beratkan pada masyarakat kota Surabaya karena sebagai kota metropolitan yang subur dengan maraknya bermunculan bisnis *Multi Level Marketing* dan *Money Game*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Devi India Rosiawati (2014) yang berjudul “Kontruksi Realitas Sosial Anggota *Multi Level Marketing Fashion* di Kota Jember” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kontruksi Realitas Sosial Anggota *Multi Level Marketing Fashion* di Kota Jember. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dalam proses dialektis tiga momen simultan, yaitu Ekternalisasi, Internalisasi, dan Obyektivasi sebagai penjelasan atas perilaku ekonomi yang dilakukan oleh anggota *Multi Level Marketing Fashion*. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang berlokasi di kota Jember. Informan dalam penelitian ini adalah anggota MLM yang masih aktif dalam kegiatan *Multi Level Marketing* terutama yang berkaitan dengan *support system* dan *home meeting* serta lama keterlibatannya dalam bisnis *Multi Level Marketing* selama dua tahun sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan peneliti dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontruksi realitas sosial anggota *Multi Level Marketing Fashion* meliputi : nilai kesuksesan bersama: dalam bisnis MLM selalu menekankan untuk mencapai kesuksesan bersama agar anggota dalam jaringannya karena dalam bisnis MLM tidak mungkin bisa meraih kesuksesan jika hanya menjalankan bisnis sendirian, nilai hubungan saling menguntungkan, nilai bisnis dengan resiko yang rendah, serta nilai signifikansi posisi peran *upline* dan *downline*.

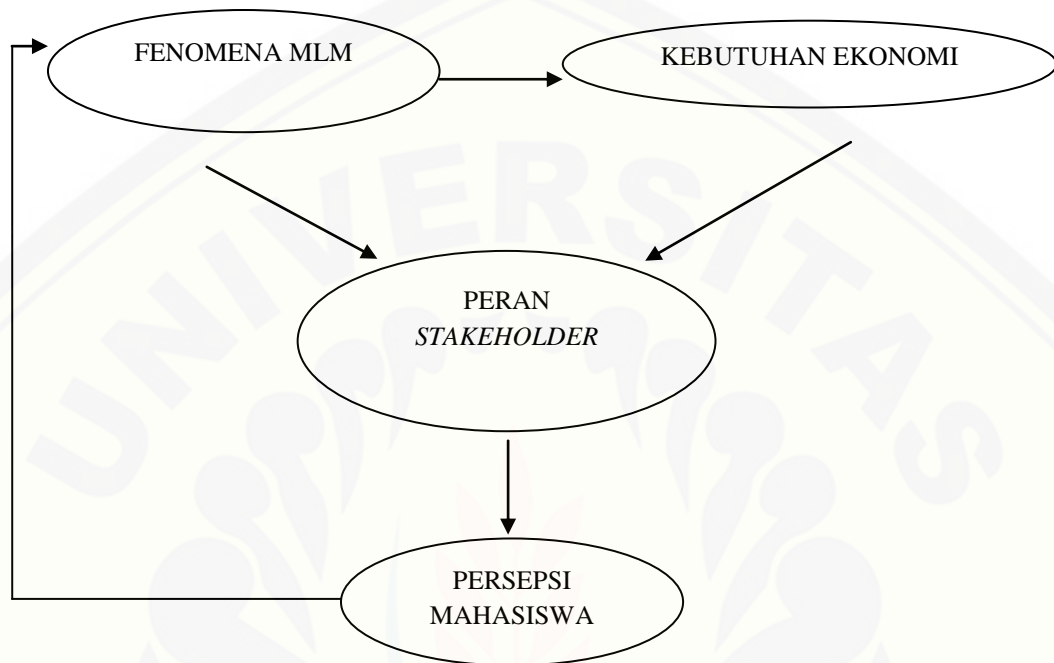
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
1.	Friska Novita Manurung (2010)	Kepercayaan pada <i>Upline</i> terhadap <i>Downline</i> , Pelatihan pengembangan <i>member</i>	Metode kualitatif	Hasilnya bahwa adanya keseriusan dan peningkatan peran <i>upline</i> yang dapat dikategorikan sebagai pemimpin dalam jaringan.
2.	Dianto Anugraha (2011)	Kepercayaan konsumen, persepsi masyarakat	Metode Deskriptif Kualitatif	Kesimpulannya bahwa pada kota surabaya masih marak bisnis <i>Money Game</i> dan MLM serta pesan negatif masyarakat terhadap bisnis MLM
3.	Devi Rosiawati (2014)	Realitas anggota <i>Multi Level Marketing</i>	Metode Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas sosial anggota <i>Multi Level Marketing Fashion</i> meliputi : nilai kesuksesan bersama, nilai hubungan saling menguntungkan, nilai bisnis dengan resiko yang rendah, serta nilai signifikasi posisis peran <i>upline</i> dan <i>downline</i> .

Sumber : Diolah dari berbagai rujukan, 2014

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan permasalahan secara sistematis, sehingga dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.4: Kerangka Konseptual Penelitian

Fenomena ini muncul karena sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini kemunculan bisnis MLM di dukung dengan adanya sistem bisnis yang banyak menjanjikan keberhasilan.

Kebutuhan ekonomi dalam penelitian ini, menjelaskan tentang kondisi ekonomi dalam era pemasaran global. Konsep kebutuhan ekonomi terhadap masyarakat yang semakin menurun sehingga banyak masyarakat khususnya mahasiswa yang bergabung dalam bisnis MLM.

Peran *stakeholder* dalam penelitian ini berkaitan dengan para distributor MLM yang memberikan manfaat bagi *stakeholder* dalam setiap produknya kepada member dan konsumen, baik dalam segi kenyamanan maupun dari segi tanggung jawab ketika konsumen melakukan komplain terhadap kualitas barang yang dibeli.

Adanya kerangka konseptual diatas *output* yang diharapkan dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM. Persepsi yang dimaksud adalah pandangan mahasiswa yang menjadi *member* aktif mengenai kepercayaan nya terhadap MLM. Kepercayaan mahasiswa muncul jika banyak *member* yang membuktikan keberhasilan dari bisnis tersebut, dan tidak terjadi penipuan dalam bentuk materi sehingga memberikan kenyamanan dan kepercayaan untuk bergabung dengan bisnis MLM.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan untuk memecahkan masalah yang dibuat oleh peneliti sehingga diperoleh data yang *valid* sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini berbasis kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu suatu penelitian untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, aktifitas, karakteristik, serta perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lainnya.

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, 2014: 1).

Penelitian ini, dimaksudkan untuk menggambarkan persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing*. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut : (a) menetapkan informan, (b) melakukan wawancara dengan informan, (c) membuat catatan lapangan (*field note*), (d) menyajikan dan menganalisis data yang diperoleh, (e) menarik kesimpulan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Arikunto (2010:172) mengklasifikasikan sumber data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga sumber yaitu (1) *Person*, yakni sumber data berupa orang, (2) *Place*, yakni sumber data berupa tempat dan (3) *Paper*, yakni sumber data berupa simbol, huruf, angka atau gambar. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Lexy J. Moleong, 2002:112).

Menurut H.B. Sutopo, (2002:50) menjelaskan bahwa sumber data dalam penelitian kualitatif secara menyeluruh berupa narasumber atau informan, peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda, beragam gambar dan rekaman, dokumen dan arsip. Berbagai sumber data tersebut digali untuk menjawab dan memahami masalah yang telah dirumuskan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang berupa jawaban langsung dari informan. Data ini berupa hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti tentang persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM yang terpilih sebagai informan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tertulis, misalnya media massa, dokumen hasil penelitian sebagai tambahan data. Pada penelitian ini data diambil dari skripsi, jurnal, internet dan buku sebagai bahan referensi penelitian ini.

Pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dalam setiap kegiatan penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat, rinci serta dapat dipertanggungjawabkan, oleh karena itu teknik pengumpulan data yang digunakan harus tepat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara (*indepth interview*).

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Menurut Slameto (2006:101) teknik wawancara adalah cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti. Ada dua jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang disebut wawancara mendalam (*in-depth interviewing*). Wawancara terstruktur merupakan jenis wawancara yang sering disebut sebagai wawancara terfokus. Dalam wawancara terstruktur, masalah ditentukan oleh peneliti sebelum wawancara dilakukan. Wawancara tidak terstruktur atau mendalam dilakukan dengan pertanyaan yang bersifat *open ended*

yang mengarah pada kedalaman informasi, serta dilakukan dengan cara yang tidak formal guna menggali pandangan subyek yang diteliti secara lebih detail dan mendalam (H.B Sutopo, 2002:58-59).

Penelitian ini menggunakan wawancara yang terstruktur. Sedangkan informan yang dipilih adalah informan yang dianggap tahu tentang topik permasalahan yang bersangkutan, dalam hal ini mereka adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang aktif sebagai *member* MLM. Peneliti menerapkan teknik *face to face* sehingga peneliti dapat mengungkap secara langsung keterangan dari informan tanpa melalui perantara. Peneliti mencatat informasi yang diberikan oleh informan dan mendiskusikan yang belum jelas tanpa memberikan pengaruh terhadap informan mengenai jawaban yang diberikan. Dipandang dari bentuk pertanyaan, penelitian ini menggunakan wawancara terbuka, yaitu wawancara yang terdiri dari pertanyaan yang memungkinkan informan menjawab pertanyaan dengan panjang lebar dan bersikap lentur sesuai dengan keadaan di lapangan atau realitas sosial yang ada. Teknik wawancara seperti ini dilakukan pada semua informan. Karakteristiknya bahwa wawancara ini bersifat lentur, terbuka, tidak terstruktur dan tidak dalam suasana formal dan jika ada data yang kurang maka dapat mengulanginya lagi pada informan yang sama.

3.3 Unit Analisis

3.3.1 Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang sudah ditetapkan kriterianya dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* yang berdasarkan kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh subyek yang dipilih karena ciri-ciri tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan (Haris, 2012:106). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan tidak menjadikan semua orang dalam kelompok sosial sebagai informan.

3.3.2 Informan

Informan atau narasumber adalah orang yang memiliki informasi tentang obyek yang ingin diketahui oleh peneliti. Secara teknis, informan adalah orang yang dapat memberikan penjelasan yang kaya warna, detail dan komprehensif tentang suatu obyek yang menyangkut apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana dan mengapa. Sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*). Caranya yaitu, peneliti memilih orang tersebut yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan: selanjutnya berdasarkan data atau indiperoleh dari sampel sebelumnya itu, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap (Sugiyono,2014:54).

Informan kunci dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Adapun penjelasan dan kriteria informan adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Strata 1 Universitas Jember.
- b. *Member* aktif MLM dan memiliki pengalaman minimal 1 tahun.
- c. Berbasis testimony.
 - 1) Anggota (*Member*) A : Sebagai pengguna bisnis MLM.
 - 2) Anggota (*Member*) B : Sebagai pengguna bisnis MLM sekaligus menjalankan bisnis MLM.
 - 3) Anggota (*Member*) C : Hanya menjalankan bisnis MLM.

3.4 Validitas Data

Agar hasil penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah maka diperlukan adanya validitas data untuk menjaga keabsahan data yang dikumpulkan, validitas data merupakan sarana untuk membuktikan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ilmiah. Validitas data dalam penelitian ini dilakukan cara triangulasi data atau sumber. Triangulasi sumber menggunakan beberapa sumber data untuk mengumpulkan data dengan permasalahan sama, artinya bahwa data yang ada di lapangan diambil dari sumber objek penelitian yang berbeda-beda (H.B Sutopo, 2002:78).

3.5 Teknik Analisis Data

Penilaian kualitatif data dapat diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, walaupun tidak menolak data kuantitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas (Faisal, 2013). Analisis kualitatif adalah karena metode analisis belum dirumuskan dengan baik (Miles and Huberman, 1984). Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk menganalisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda.

Berdasarkan hal tersebut diatas dapat dikemukakan disini bahwa, analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi secara sistematis dengan cara mengelompokkan data kedalam kategori-kategori sesuai kebutuhan penelitian, menjabarkan kedalam unit-unit, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Seperti pada kebanyakan penelitian kualitatif, pengumpulan data dan analisis data dalam penelitian ini nantinya akan dilakukan selama di lapangan. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang dimana data yang telah dikumpulkan dari observasi dan penyebaran kuesioner di lapangan kemudian dibawa pulang lalu di analisis melalui alat analisis yang telah ada. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) juga mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai jenuh. Aktifitas dalam analisis data, yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan (*conclusion*).

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari berbagai sumber antara lain buku-buku yang relevan, informasi dan keterangan berupa pendapat, tanggapan, serta pandangan yang diperoleh dari informan. Data yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan data-data yang dapat menunjang penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam hal ini adalah data tentang bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing*.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan makin lama peneliti di lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode-kode pada aspek- aspek tertentu.

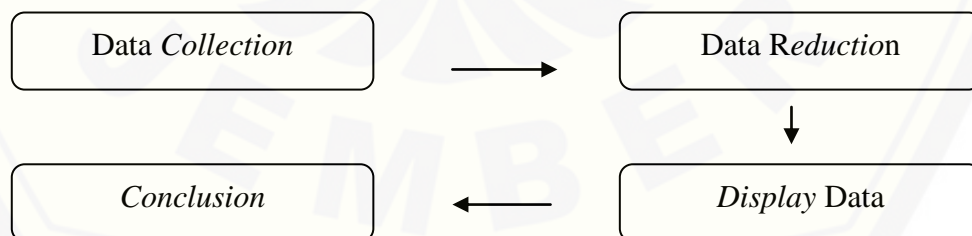
Reduksi data setiap informan akan dipandu oleh tujuan yang dicapai. Tujuan utama dalam penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang baru, dalam melakukan reduksi data dapat mediskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan peneliti akan berkembang sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

c. Penyajian Data (*Data display*)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Jika dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, *grafik*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila data yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa diskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori. Proses analisis data diilustrasikan dalam gambar 3.1.



Gambar 3.1: Analisis Data Model Interaktif (Sumber: Miles And Huberman, 1984)

Keterangan : Analisis data menggunakan teknik wawancara, observasi dan pengambilan dokumentasi. Kegiatan pertama yaitu mencari informan yang telah ditentukan (*Collection*). Setelah melakukan pengumpulan data maka langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi (*Reduktion*) dari hasil data yang diperoleh. Langkah selanjutnya yaitu melakukan display data dan selanjutnya melakukan kesimpulan (*Consclusion*).

3.6 Peran Peneliti

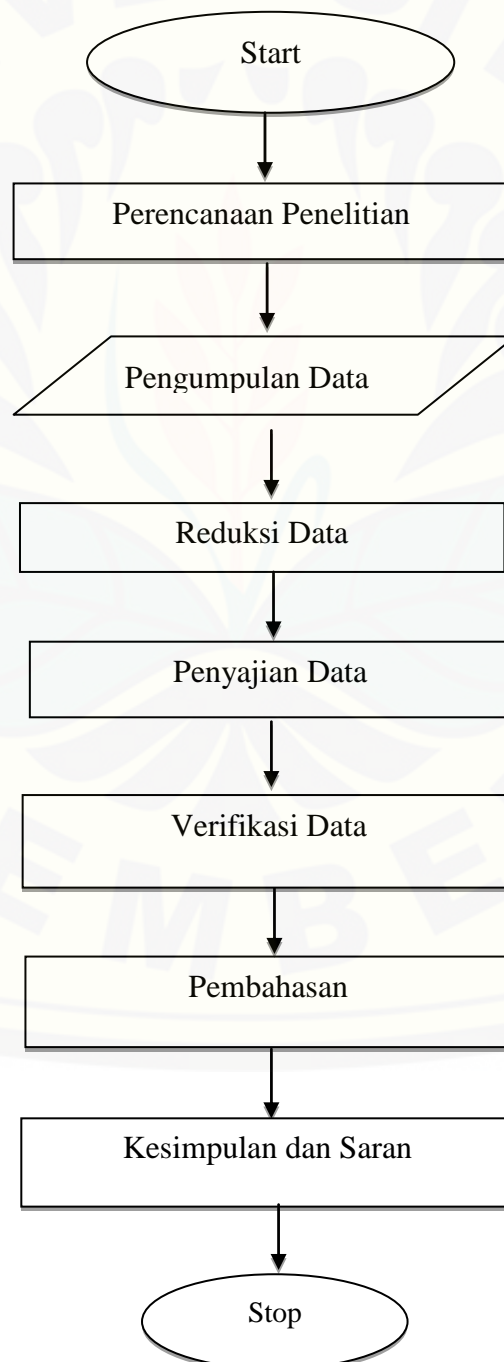
Dalam penelitian ini, instrumen yang paling utama yang berperan adalah peneliti itu sendiri. Peneliti disini yang akan terjun sendiri dalam mengumpulkan data melalui wawancara kepada informan. Kemudian dari proses wawancara yang dilakukan peneliti tersebut, maka peneliti akan mendapatkan data dan keterangan mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM.

3.7 Isu Etika

Issue sebagai sebuah masalah yang belum terpecahkan yang siap diambil keputusannya. *Issue* sebagai suatu pertanyaan tentang fakta, nilai atau kebijakan yang dapat diperdebatkan. Hal ini berarti bahwa isu adalah suatu hal yang sedang beredar di masyarakat yang kebanyakan berupa pertanyaan tentang suatu fakta, nilai atau kebijakan yang belum terpecahkan dan siap untuk dipecahkan serta diambil kesimpulannya (Heath and Nelson, 1986).

Pada penelitian ini, isu etika yang ada adalah sebagian besar mahasiswa bergabung dalam bisnis MLM namun banyak dari mereka yang merasa di rugikan oleh bisnis tersebut, karena mahasiswa belum paham tentang sistem kerja MLM, sebenarnya bisnis MLM bisa mendatangkan keuntungan bagi setiap *member* nya jika *member* tersebut paham dengan sistem dan mengerjakan bisnis MLM dengan sungguh-sungguh.

3.8 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.2: Kerangka Pemecahan Masalah (Sumber Diolah)

Keterangan Dalam Kerangka Pemecahan Masalah

- a. *Start* merupakan tahap awal sebelum melakukan penelitian
- b. Perencanaan Penelitian dalam hal ini merupakan tahap untuk merencanakan semua hal berkenaan dengan pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian
- c. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada informan yang terpilih. Mendengarkan informan dan pengumpul data mencatat hasil dari wawancara dengan informan. Serta dalam pengumpulan data juga dilakukan dokumentasi sebagai pelengkap dalam penelitian ini.
- d. Reduksi Data merupakan tahapan merangkum dari hasil data yang telah terkumpul melalui wawancara kepada informan. Data hasil wawancara dipilih serta membuang yang dirasa tidak diperlukan dalam penelitian ini.
- e. Penyajian Data dalam penelitian ini dengan menyajikan data yang telah direduksi berupa grafik, uraian singkat, grafik, dan hubungan antar kategori.
- f. Verifikasi, merupakan tahap dimana bila data yang diperoleh belum sesuai dengan yang diharapkan peneliti maka peneliti melakukan kembali ke lapangan agar memperoleh data tambahan.
- g. Pembahasan merupakan membahas hasil penelitian agar mendapatkan hasil dari permasalahan yang diteliti
- h. Kesimpulan dan saran merupakan penarikan kesimpulan dan pemberian saran dari hasil penelitian ini
- i. *Stop* merupakan tahap dalam proses penelitian ini dihentikan



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Fakultas Ekonomi Universitas Jember (FE-UNEJ) adalah salah satu penyelenggara pendidikan tinggi bidang ilmu ekonomi pada Universitas Jember (UNEJ). UNEJ adalah salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Timur yang terletak di kota Jember. Sekarang ini, FE-UNEJ telah memberikan pengabdianya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa selama 40 (empat puluh) tahun. FE-UNEJ berdiri pada tanggal 09 November 1964. Fakultas Ekonomi Universitas Jember mempelajari berbagai perilaku pelaku ekonomi terhadap keputusan-keputusan ekonomi yang dibuat.

Fakultas Ekonomi Universitas Jember menyelenggarakan tiga jenjang pendidikan, yaitu :

- a. Program Strata Nol (S0) atau Diploma III (tiga) dengan Program Studi :
 - 1) Program Studi Manajemen Perusahaan
 - 2) Program Studi Administrasi Keuangan
 - 3) Program Studi Kesekretariatan
 - 4) Program Studi Akuntansi
- b. Program Strata Satu (S1) terdiri atas :
 - 1) Program Strata Satu memiliki tiga jurusan :
 - 2) Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
 - 3) Jurusan Manajemen
 - 4) Jurusan Akuntansi
- c. Program Strata Dua (S2) :
 - 1) Magister Manajemen
 - 2) Magister Ekonomi Pembangunan

Dari ketiga jenjang pendidikan tersebut, Program S0 dan S1 (baik reguler dan non reguler) merupakan program studi yang bisa diakses langsung oleh lulusan Sekolah Menengah Umum (SMU) atau yang sederajat (<http://www.fe.unej.ac.id/>).

4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang aktif sebagai *member* bisnis MLM. Jumlah keseluruhan informan adalah sepuluh orang mahasiswa dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Informan terdiri dari program studi dan angkatan yang berbeda, dimulai dari program studi Manajemen, Akuntansi, maupun IESP, yang terdiri dari angkatan tahun 2011-2013. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa pemahaman bisnis MLM pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember relatif baik, terbukti dari pemahaman mereka yang sangat baik mengenai bisnis MLM. Sehingga mereka dapat menjalankan bisnis tersebut. muncul sebuah pertanyaan, bagaimana sesungguhnya persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

4.2 Proses Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai pendapat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM dengan berbagai latar belakang dan usia. Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pemilihan informan. Informan dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan, yakni (1) berusia 18 tahun ke atas (2) aktif dalam bisnis MLM (3) mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember. Proses pengumpulan data dimulai dengan wawancara, observasi dan pengambilan dokumentasi langsung kepada informan. Setelah informan ditetapkan, selanjutnya peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara terbuka secara informan untuk menggali jawaban-jawaban informan atas pertanyaan yang diajukan, peneliti juga mencatat seluruh jawaban yang diperoleh dari kegiatan wawancara tersebut. Setelah semua pertanyaan telah terjawab, kemudian peneliti membacakan seluruh jawaban informan atas seluruh. Setelah dipastikan tidak ada penambahan jawaban dari informan dilakukan wawancara ulang sesuai dengan jawaban yang dikemukakan sebelumnya dengan disertai merekam jawaban yang disampaikan informan.

Hal ini dilakukan agar nantinya saat dilakukan perekaman sebagai salah satu bukti penelitian, informan dapat menjawab jawaban informan atas seluruh pertanyaan yang telah diajukan. Setelah dipastikan tidak ada penambahan jawaban dari informan dilakukan wawancara ulang sesuai dengan jawaban yang dikemukakan sebelumnya dengan disertai merekam jawaban yang disampaikan informan. Hal ini dilakukan agar nantinya saat dilakukan perekaman sebagai salah satu bukti penelitian, informan dapat menjawab dengan bahasa yang lebih sistematis dan mudah dipahami oleh yang mendengarkan.

Hasil dari wawancara dengan informan tersebut akan diperoleh jawaban-jawaban yang kemudian dikelompokkan agar bisa dipahami dengan mudah. Pengelompokkan ini menggunakan tabel distribusi frekuensi. Rekapitulasi pengelompokkan hasil wawancara meliputi: pengetahuan informan tentang bisnis MLM, daftar informan bisnis MLM berdasarkan usia, daftar informan bisnis MLM berdasarkan tahun angkatan, dan daftar informan MLM berdasarkan nama bisnis MLM. Setelah proses pengumpulan data, kegiatan selanjutnya adalah menyajikan data, melakukan pembahasan untuk kemudian diambil kesimpulan dan saran.

Berdasarkan uraian diatas dapat langsung dilakukan pelaksanaan penelitian yang diharapkan dapat diperoleh uraian dari proses pengumpulan data. Proses pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan pengambilan dokumentasi langsung.

Setelah proses pengumpulan data, kegiatan selanjutnya adalah menyajikan data, melakukan pembahasan untuk kemudian diambil kesimpulan dan saran. Berikut tabel distribusi hasil pengelompokkan jawaban wawancara yang diperoleh dari informan:

1. Usia Informan

Tabel 4.1 menunjukkan daftar informan *member* bisnis MLM pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember berdasarkan usia dan distribusi frekuensi informan *member* bisnis MLM pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember berdasarkan usia mahasiswa.

Tabel ini berfungsi membantu peneliti dan pembaca dalam menunjukkan informan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang bergabung dalam *member* MLM berdasarkan usia. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah informan yang dapat di mintai informasi terkait persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM. Usia Informan cukup variatif yakni antara 19 - 22 tahun. Adapun usia informan terbanyak adalah usia 22 tahun yaitu sebesar 60 % dengan frekuensi 6 orang informan. Dengan diperolehnya informan dengan usia yang variatif dapat mendukung penelitian untuk mendapatkan informasi lebih objektif. Hal tersebut dapat diasumsikan setiap informan memiliki pendapat yang berbeda karena memiliki pengetahuan dan sudut pandang yang berbeda.

Dengan diperolehnya informan dengan usia yang beragam tersebut dapat mendukung penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang lebih obyektif. Dengan asumsi setiap informan memiliki pengetahuan dan pendapat yang berbeda-beda tentang kosmetik berdasarkan usia mereka.

Table 4.1 Tabel Daftar Informan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Univrstas Jember Tentang Bisnis MLM Berdasarkan Usia Mahasiswa

No	Nama Informan	Umur
1	Erlinda Putri Aningtyas	22 Tahun
2	Siti Fatimah	22 Tahun
3	Titus Agustina	22 Tahun
4	Lutvi Simtha Sandy	20 Tahun
5	Patrilia Prima	21 Tahun
6	Amira	19 Tahun
7	Esty Dyah Nuraini	22 Tahun
8	Diana Silfiani	22 Tahun
9	Alfiah Mawarni	22 Tahun
10	Avina	20 Tahun

Sumber : Hasil wawancara dengan informan, 2015

Tabel 4.1 merupakan tabel distribusi frekuensi informan *member* bisnis MLM pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember berdasarkan usia mahasiswa. Tabel ini berfungsi membantu peneliti dan pembaca dalam melihat persentase dari tiap-tiap kelompok informan berdasarkan usianya, sehingga mempermudah peneliti dan pembaca untuk menganalisis dan memahaminya.

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Informan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM berdasarkan Usia Mahasiswa

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	19 Tahun	1	10
2	20 Tahun	2	20
2.	21 Tahun	1	10
3.	22 Tahun	6	60
Jumlah Frekuensi		10	100

Sumber : Hasil wawancara dengan informan, 2015

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa persentase tertinggi untuk usia informan member bisnis MLM pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember adalah usia 22 tahun dengan persentase 60%, kemudian usia 20 tahun dengan persentase 20%, setelah itu usia 21 tahun dengan persentase 10%, dan terakhir usia 19 tahun dengan persentase 10%.

2. Program Studi

Tabel 4.3 merupakan tabel distribusi informan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember berdasarkan program studi. Tabel ini berfungsi membantu peneliti dan pembaca dalam melihat persentase dari tiap-tiap kelompok informan berdasarkan program studi, sehingga mempermudah peneliti dan pembaca untuk menganalisis dan memahaminya.

Tabel 4.3 Daftar Distribusi Informan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Universitas Jember tentang bisnis MLM berdasarkan Program studi

No	Program studi	Frekuensi	Persentase (%)
1.	S1 Manajemen	6	60
2.	S1 Akuntansi	2	20
3.	S1 IESP	2	20
Jumlah Frekuensi		10	100

Sumber: Hasil wawancara dengan informan, 2015

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa persentase tertinggi untuk program studi informan *member* bisnis MLM pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember adalah program studi S1 Manajemen dengan persentase 60 %, kemudian program studi S1 akuntansi dengan persentase 20 %, dan terakhir program studi S1 IESP dengan persentase 20 %.

3. Tahun angkatan

Tabel 4.4 merupakan tabel tahun angkatan informan yang mengikuti bisnis MLM yang di ikuti oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember. Tabel ini berfungsi membantu peneliti dan pembaca untuk memahami dan menganalisis informan berdasarkan tahun angkatan.

Tabel 4.4 Daftar Informan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM berdasarkan tahun angkatan.

No	Tahun angkatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	2011	6	60
2.	2012	2	20
3.	2013	2	20
Jumlah Frekuensi		10	100

Sumber : Hasil wawancara dengan informan, 2015

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa persentase tertinggi untuk informan berdasarkan tahun angkatan adalah angkatan 2011 yaitu 60 %, kemudian angkatan 2012 yaitu 20%, dan terakhir angkatan 2013 yaitu 20%.

4. Bisnis MLM yang diikuti

Tabel 4.5 merupakan tabel nama bisnis MLM yang di ikuti oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Strata 1 Universitas Jember. Tabel ini berfungsi membantu peneliti dan pembaca untuk memahami dan menganalisis informan berdasarkan jenis MLM yang diikuti.

Tabel 4.5 Daftar Informan mahasiswa Fakultas Ekonomi Strata 1 Universitas Jember tentang bisnis MLM berdasarkan nama bisnis MLM yang diikuti.

No	Nama bisnis MLM	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Oriflame	2	20
2.	Tupperware	2	20
3.	Sophi Marteen	2	20
4	Paloma	1	10
5	Moment	1	10
6	Melia Sehat Sejahtera	1	10
7	Kangzen Kenko Indonesia	1	10
Jumlah Frekuensi		10	100

Sumber : Hasil wawancara dengan informan, 2015

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa persentase tertinggi untuk jenis MLM yang diikuti oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember adalah Bisnis Oriflame dengan persentase 20%, kemudian Tupperware dengan persentase 20%, selanjutnya Sophi marten dengan persentase 20%, paloma dengan persentase 10%, Moment dengan persentase 10%, Melia Sehat Sejahtera dengan persentase 10%, dan terakhir Kangzen Kenko Indonesia dengan persentase 10%.

Beragamnya jenis MLM yang dimiliki oleh total informan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember dapat mendukung penelitian ini untuk memperoleh informasi. Hal tersebut di dukung dengan perbedaan pandangan antara 1 informan dengan informan yang lainnya. Selain itu, tingkat objektivitas dari pendapat informan lebih terjamin karena perbedaan tersebut.

4.3 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu membahas hasil uraian wawancara tiap informan yang berjumlah sepuluh orang. Uraian wawancara tiap informan dijadikan kunci dengan mengacu dalam daftar pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti. Selain itu, dalam pembahasan akan dibahas pula akumulasi keseluruhan atas uraian masing-masing wawancara dengan sepuluh informan. Adapun uraian hasil wawancara sebagai berikut :

Uraian hasil wawancara :

1. Informan pertama bernama Erlinda Putri Aningtyas sebagai mahasiswa Akuntansi angkatan 2011 berumur 22 tahun. Wawancara dilakukan pada tanggal 02 maret 2015 di laksanakan di kos Erlinda jalan jawa 6 pukul 15.30 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Erlinda sebagai berikut :
 - a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan sebuah alternatif dalam bisnis yang dilakukan perusahaan dan perusahaan tersebut bertugas untuk mencari *downline*, kemudian menyalurkan produknya kepada konsumen.
 - b. Bagaimana Pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, sebenarnya bisnis MLM itu baik asalkan ada produk yang dijual, kecuali bisnis MLM yang tidak memiliki produk itu yang harus dihindari.
 - c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Saudara Erlinda mengikuti bisnis Sophie Martin.
 - d. Sudah berapa lama anda bergabung Bergabung dengan bisnis MLM?

Erlinda mengikuti bisnis sophie martin selama 3,5 tahun, sejak tahun 2011 sampai sekarang.
 - e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat mengenai sophie marten, merupakan bisnis *fashion* terdiri dari berbagai macam produk seperti tas, alat kesehatan, menyediakan kebutuhan para wanita. *Member* yang mengikuti sophie martin bertugas untuk menjual produk ke konsumen serta merekrut *member* baru, bisnis sophie juga memiliki banyak keuntungan, karena selain di ajarkan

berbisnis, dalam sophie martin para *member* juga banyak mendapatkan bonus-bonus yang diperoleh dari sophie martin itu sendiri.

f. Bagaimana Pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

Pengaruh sophie martin dalam kehidupan sehari-hari, selain mendapatkan potongan 30 %, pada sophie martin juga diajarkan untuk bisa berkomunikasi dengan orang banyak, sehingga dapat memberikan pelajaran yang luar biasa tentang perubahan karakter itu sendiri, selain itu mengikuti bisnis sophie martin juga dapat menambah penghasilan, sehingga sedikit mengurangi beban orang tua.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, sebenarnya itu tergantung dari orang itu sendiri dalam memandang bisnis MLM, terutama memilih bisnis MLM yang jelas ada produknya.

Hasil wawancara dengan informan 1 (pertama) yang bernama Erlinda dengan memberikan tujuh pertanyaan secara keseluruhan jawaban Erlinda menunjukkan respon positif tentang bisnis MLM. Hal tersebut diuraikan dalam jawabannya pertama terkait bisnis MLM, informan ini menanggapi bahwa bisnis MLM merupakan sebuah alternatif perusahaan yang bertugas untuk mencari *downline*, dan memasarkan produknya kepada konsumen tergantung dari orang tersebut dalam menyikapi bisnis MLM, tidak semua bisnis MLM itu negatif, harus berhati-hati dalam memilih bisnis MLM, sebaiknya memilih bisnis MLM yang ada produknya. Selain itu Erlinda berpendapat, sebenarnya bisnis MLM itu baik asalkan ada produk yang dijual. Erlinda mengikuti bisnis sophie martin sudah 3,5 tahun sejak tahun 2011, pendapat Erlinda mengenai bisnis sophie martin selain menguntungkan, bisnis ini membentuk katakter *member* yang dahulunya tidak bisa berkomunikasi, dapat berkomunikasi dengan baik, pengaruh sophie martin dalam kehidupan Erlinda sendiri yaitu mendapatkan keuntungan 30%, bisa membeli produk sophie dengan harga yang murah, pendapat Erlinda tentang persepsi masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, tergantung dari orang itu dalam memandang bisnis MLM, harus jeli dalam memilih bisnis MLM.

2. Informan kedua bernama Siti Fatimah sebagai mahasiswi Manajemen angkatan 2011 umur 22 tahun, wawancara dilakukan pada tanggal 03 Maret 2015 di kampus FE-UNEJ pukul 10.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Siti Fatimah sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM itu seperti bisnis jaringan, jadi para member mencari downline untuk menjadi member MLM.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM ada untungnya, ada juga ruginya. Untung nya kalau kita mendapatkan *member* akan mendapatkan bonus dan sponsor, ruginya kalau bisnis tersebut tidak bisa dijalankan dengan benar dan sungguh sungguh akan merugikan diri sendiri.

c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Saudara Siti Fatimah mengikuti bisnis Moment.

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?

Bergabung bisnis moment selama 1 tahun, sejak tahun 2013.

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat tentang bisnis Moment, bisnis moment sekarang ini lagi *booming* karena sistemnya *ON* dan tidak ada target, hanya butuh fokus dan aktif untuk mencari member.

f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

Pengaruh bisnis moment dalam kehidupan sehari hari, banyak perubahan setelah mengikuti bisnis moment, salah satunya kepribadian menjadi lebih baik, dan lebih mandiri, bisa berwirausaha, dan tidak malu untuk berbicara di depan orang banyak.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM karena setiap individu memiliki karakter yang berbeda, banyak dari mereka yang menganggap MLM itu merugikan, padahal jika paham sistem nya pasti MLM akan di anggap positif dan banyak yang menjalankannya.

Hasi wawancara yang dilakukan oleh informan 2 (kedua) yang bernama Siti Fatimah dengan memberikan tujuh pertanyaan seperti yang dilakukan terhadap informan sebelumnya. Jawaban Siti Fatimah terkait bisnis MLM merupakan bisnis jaringan, jadi para member mencari *downline* untuk menjadi member MLM. Selain itu, Pendapat Siti Fatimah mengenai MLM ada untungnya, ada juga ruginya, untung nya kalau kita mendapatkan *member* akan mendapatkan bonus dan sponsor, ruginya kalau bisnis tersebut tidak bisa dijalankan dengan benar akan merugikan diri sendiri. Siti Fatimah mengikuti bisnis Moment. Pendapat Siti Fatimah sendiri tentang bisnis Moment, sekarang ini lagi *booming* karena sistemnya *ON* dan tidak ada target, hanya butuh fokus dan aktif untuk mencari *member*. Siti Fatimah bergabung bisnis moment selama 1 tahun, mulai tahun 2013. Kemudian pengaruh bisnis moment dalam kehidupan sehari hari, banyak perubahan setelah mengikuti bisnis moment, salah satunya kepribadian menjadi lebih baik, dan lebih mandiri. Persepsi masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM karena setiap individu memiliki karakter yang berbeda, banyak dari mereka yang menganggap MLM itu merugikan, padahal jika memahami sistem nya pasti banyak yang menjalankannya.

3. Informan ketiga bernama Titus Agustina sebagai mahasiswi Manajemen angkatan 2011 berumur 22 tahun, wawancara dilakukan pada tanggal 03 Maret 2015 di kos Titus jalan Nias 2 pukul 16.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan saudara Titus sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan jalur alternatif bagi perusahaan untuk mendistribusikan jasanya ke pasaran, jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran melalui para *member* kepada konsumen, dan dapat memperluas jaringannya.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

MLM ada yang baik ada juga yang buruk, apalagi sekarang bermunculan MLM tidak murni sehingga mengganggu citra MLM murni, MLM yang baik pasti ada kejelasan dalam produk dan perusahaan yang memiliki SIUP dan SIUP PLT.

c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti?

Saudara Titus mengikuti bisnis Sophie Martin

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?

Bergabung dalam bisnis sophie martin selama 5 tahun, sejak tahun 2009 sampai sekarang.

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat Titus mengenai sophie martin, bisnis sophie martin cukup bagus untuk bisnis MLM, karena ada bukti nyata dalam produk yang dijual, selain itu sebagai *member* juga mendapatkan potongan dalam pembelian produk sophie martin, pada sophie diwajibkan untuk mencari *downline* dan diakumulasikan setiap satu bulan sekali, misalkan belanja minimal 500 ribu rupiah bias mendapatkan bonus dan langsung ditransfer ke rekening *member*, jadi bukan hanya potongan harga tetapi juga banyak mendapatkan bonus.

f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

pengaruh sophie martin dalam kehidupan sehari hari, setelah mengikuti bisnis sophie martin, para *member* bisa lebih percaya diri dan dapat berkomunikasi dengan baik, karena pada bisnis tersebut diajarkan untuk berkomunikasi dengan baik dan belajar berwirausaha bersama sophie martin.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi masyarakat yang menganggap negatif MLM karena mereka tidak paham tentang MLM, jika mereka paham MLM pasti akan tergiur bergabung dalam MLM tersebut, banyak orang yang melihat dari sisi luarnya saja, sehingga banyak yang tidak paham sistem kerja MLM yang sebenarnya.

Hasil wawancara yang dilakukan informan 3 (ketiga) yang bernama Titus Agustina dengan memberikan tujuh pertanyaan seperti yang dilakukan terhadap informan sebelumnya. Tanggapan informan kedua terkait Bisnis MLM merupakan jalur alternatif bagi perusahaan untuk mendistribusikan jasanya ke pasaran.

Selain itu bisnis MLM ada yang baik ada juga yang buruk mengganggu citra MLM murni, MLM yang baik pasti ada kejelasan dalam produk dan perusahaan yang memiliki SIUP dan SIUP-PLT. Saudara Titus mengikuti bisnis Sophie Martin. Pendapat Titus mengenai Sophie Martin, cukup bagus untuk bisnis MLM, karena ada bukti nyata dalam produk yang dijual, selain itu sebagai *member* juga mendapatkan potongan, kemudian dalam pembelian produk Sophie Martin diwajibkan untuk mencari *downline* dan diakumulasikan setiap satu bulan sekali, misalkan belanja minimal 500 ribu rupiah bias mendapatkan bonus dan langsung ditransfer ke rekening member. Saudara Titus bergabung bisnis Sophie Martin selama 5 tahun, sejak tahun 2009 sampai sekarang. Pengaruh Sophie Martin dalam kehidupan sehari-hari, para *member* bisa lebih percaya diri dan dapat berkomunikasi dengan baik. Persepsi masyarakat yang menganggap negatif MLM karena mereka tidak paham tentang MLM, jika mereka paham MLM pasti akan tergiur bergabung dalam MLM tersebut.

4. Informan keempat bernama Lutvi Shamta Sandy, sebagai mahasiswa IESP angkatan 2013 umur 20 tahun, wawancara dilakukan di kos Luti jalan Jawa 2E no.18 tanggal 04 Maret 2015 pukul 09.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Lutvi sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan cara memasarkan produk dari produsen melalui *member*, selain itu MLM juga untuk memperluas jaringannya dengan cara mencari bawahan/*downline*.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, MLM merupakan bisnis jaringan yang apabila dapat dikelola dengan baik oleh *member* akan mendapatkan keuntungan yang besar, asalkan dikerjakan dengan benar dan tidak menyalahgunakan bisnis tersebut, karena sekarang banyak bermunculan MLM palsu yang mengatasnamakan MLM murni seperti berkedok piramida, jadi intinya harus berhati-hati dalam memilih bisnis MLM.

c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Lutvi mengikuti bisnis Tupperware.

d. Sudah berapa lama anda bergabung dalam bisnis MLM tersebut?

Bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012.

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat mengenai Tupperware, bisnis ini bergerak pada produk rumah tangga yang terdiri dari berbagai macam peralatan rumah tangga yang dibutuhkan ibu-ibu dengan harga yang standart dan produk yang bagus

f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

Pengaruh Tupperware dalam kehidupan sehari-hari, setelah bergabung dengan bisnis ini, Lutvi bisa belajar mandiri dan sedikit meringankan beban orang tua, selain itu lutvi juga memiliki penghasilan sendiri dari menjalankan bisnis tupperware, bisnis ini dapat dijalankan oleh mahasiswa sehingga selain kuliah, mahasiswa juga bisa bebisnis Tupperware tanpa harus meninggalkan kuliah.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MM?

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, Masyarakat tidak mengenal MLM dengan baik sehingga banyak masyarakat yang menganggap negatif bisnis ini, tergantung dari orang yang memilih MLM harus benar-benar memilih bisnis MLM yang murni bukan MLM yang berkedok *pyramid*.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 4 (keempat) bernama Lutvi mahasiswi berumur 20 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM merupakan cara memasarkan produk dari produsen melalui *member*, selain itu MLM juga untuk memperluas jaringannya dengan cara mencari bawahan/*downline*. Lutvi berpendapat mengenai MLM, apabila bisnis MLM dikelola dengan baik oleh *member* akan mendapatkan keuntungan yang besar, Lutvi mengikuti bisnis Tupperware. Lutvi bergabung selama 2 tahun, mulai tahun 2012. Pendapat Lutvi mengenai Tupperware, bisnis ini bergerak pada produk rumah tangga yang terdiri dari berbagai macam peralatan rumah tangga yang dibutuhkan ibu-ibu dengan harga yang standart dan produk yang bagus. Pengaruh Tupperware dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, Masyarakat tidak mengenal MLM dengan baik sehingga banyak masyarakat yang menganggap negatif bisnis ini, tergantung dari orang yang memilih MLM harus benar-benar memilih bisnis MLM yang murni bukan MLM yang berkedok piramid.

5. Informan kelima bernama Patrilia Prima sebagai mahasiswi Manajemen angkatan 2012 umur 21 tahun, wawancara dilakukan di kampus FE-UNEJ tanggal 05 Maret 2015 pukul 13.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Patrilia sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan bisnis jaringan dengan cara menjual produk ke pasaran, dan mencari *member* untuk di ajak bergabung dalam bisnis tersebut, penjualannya secara langsung kepada konsumen.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat Patrilia mengenai MLM, bisnis jaringan menurut patrilia bagus dijalankan sebagai pekerjaan sampingan, asalkan di kerjakan dengan benar dan paham sistem kerjanya, MLM yang bagus adalah MLM yang sudah berdiri lebih dari 10 tahun dan memiliki SIUP.

c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Patrilia mengikuti bisnis Oriflame

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM?

Bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat Patrilia mengenai Oriflame, bisnis oriflamme lebih bagus karena biaya pendaftarannya murah yaitu Rp. 30.000, selain itu pada oriflame lebih banyak bonus dan diskon yang didapat bagi para *member* nya.

f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

Pengaruh Oriflame dalam kehidupan sehari-hari, selain merubah karakter yang lebih baik, *member* oriflame juga diajarkan berkomunikasi dengan orang banyak.

- g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, bisnis MLM akan berdampak negatif jika tidak paham sistem, tetapi sebaliknya jika paham tentang MLM maka bisnis tersebut akan mendatangkan keuntungan yang besar.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 5 (kelima) bernama Patrilia mahasiswi berumur 21 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM bisnis MLM merupakan bisnis jaringan dengan cara menjual produk ke pasaran, dan mencari *member* untuk di ajak bergabung dalam bisnis tersebut, penjualannya secara langsung kepada konsumen. Bisnis jaringan menurut Patrilia bagus dijalankan sebagai pekerjaan sampingan, asalkan di kerjakan dengan benar dan paham sistem kerjanya, MLM yang bagus adalah MLM yang sudah berdiri lebih dari 10 tahun dan memiliki SIUP. Patrilia mengikuti bisnis Oriflame. Patrilia bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012. Pendapat patrilia mengenai Oriflame, bisnis oriflame lebih bagus karena biaya pendaftarannya murah yaitu Rp. 30.000, selain itu pada oriflame lebih banyak bonus dan diskon yang didapat bagi para *member* nya. Selain itu pengaruh Oriflame dalam kehidupan sehari-hari, selain merubah karakter yang lebih baik, member oriflame juga diajarkan berkomunikasi dengan orang banyak. Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, bisnis MLM akan berdampak negatif jika tidak paham sistem, tetapi sebaliknya jika paham tentang MLM maka bisnis tersebut akan mendatangkan keuntungan yang besar.

6. Informan keenam bernama Amira sebagai mahasiswi IESP angkatan 2013 umur 19 tahun, wawancara dilakukan di kos Amira di jalan Riau PP At-Toyyibah tanggal 06 Maret 2015 pukul 08.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Amira sebagai berikut:

- a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM adalah sebuah bisnis dari berbagai macam perusahaan. Bisnis MLM ada yang berpihak pada *member*, ada juga yang berpihak pada perusahaan tergantung dari MLM itu sendiri.

b. Bagaimana pendapat anada mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, menurut Amira bisnis MLM sangat menguntungkan bagi *member* yang menjalankan dengan sungguh-sungguh, dalam memilih bisnis MLM harus berhati-hati karena sekarang banyak bermunculan MLM palsu yang mengatas namakan MLM murni.

c. Bisnis MLM apa yang anada ikuti saat ini?

Amira mengikuti bisnis Melia Sehat Sejahtera (MSS)

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM?

Bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014.

e. Bagaimana pendapat anada mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat mengenai MSS, bisnis ini di *backup* dari perusahaan Malaysia berdiri sudah 12 tahun, pada MSS para *member* dibayar 1hari kerja, dan modalnya sekali seumur hidup, dalam bisnis MSS tidak ada tutup *point*, tidak ada *reward* dan bersifat transparasi.

f. Bagaimana pengaruh MLM dalam kehidupan anda?

Pengaruh MSS dalam kehidupan sehari hari, setelah bergabung dengan bisnis ini, Amira dapat menambah penghasilan, selain itu dapat merubah karakter yang dulunya pemalu sekarang menjadi lebih PD dan sedikit demi sedikit dapat menyesuaikan dengan lingkungan sekitar.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi msyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, kebanyakan pernah trauma dengan bisnis tersebut, mereka juga belum mengetahui tugas-tugas seorang *member*. Intinya dalam setiap tahun akan muncul MLM baru, sehingga lebih jeli saja dalam memilih bisnis MLM.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 6 (keenam) bernama Amira mahasiswi berumur 19 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM adalah sebuah bisnis dari berbagai macam perusahaan. Bisnis MLM ada yang berpihak pada *member*, ada juga yang berpihak pada perusahaan tergantung dari MLM itu sendiri.

Pendapat Amira mengenai MLM, menurut Amira bisnis MLM sangat menguntungkan bagi *member* yang menjalankan dengan sungguh-sungguh, dalam memilih bisnis MLM harus berhati-hati karena sekarang banyak bermunculan MLM palsu yang mengatas namakan MLM murni. Amira mengikuti bisnis Melia Sehat Sejahtera (MSS). Amira bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014. Pendapat mengenai MSS, bisnis ini di *backup* dari perusahaan Malaysia berdiri sudah 12 tahun, pada MSS para *member* dibayar 1hari kerja, dan modalnya sekali seumur hidup, dalam bisnis MSS tidak ada tutup *point*, tidak ada *reward* dan bersifat transparasi. Kemudian pengaruh MSS dalam kehidupan sehari hari, setelah bergabung dengan bisnis ini, Amira dapat menambah penghasilan, selain itu dapat merubah karakter yang dulunya pemalu sekarang menjadi lebih PD dan sedikit demi sedikit dapat menyesuaikan dengan lingkungan sekitar. Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, kebanyakan pernah trauma dengan bisnis tersebut, mereka juga belum mengetahui tugas-tugas seorang *member*. Intinya dalam setiap tahun akan muncul MLM baru, sehingga lebih jeli saja dalam memilih bisnis MLM.

7. Informan ketujuh bernama Esty Dyah sebagai mahasiswi Manajemen angkatan 2011 umur 22 tahun, wawancara dilakukan di kos Esty Jalan Jawa 4A no 2 tanggal 07 Maret 2015 pukul 10.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Esty sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bsnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan sistem dimana sekelompok orang dlm beberapa *level* yang mempromosikan produknya kepada customer.

b. Agaimana pendapat anada tentang bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, bisnis MLM merupakan bisnis jaringan dengan sitem penjualan langsung dilakukan oleh *member*. MLM sangat cocok sebagai bisnis sampingan karena selain mendapatkan keuntungan, bisnis MLM juga dapat menjalin tali silaturrahi karena hampir setiap hari bertemu dengan member lainnya.

c. Bisnis MLM apa yang anada ikuti saat ini?

Esty mengikuti bisnis Paloma.

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?

Bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat Esty tentang bisnis paloma, bisnis paloma memudahkan *member* untuk belanja produk dengan melihat katalog paloma terlebih dahulu, dan juga mendapatkan harga lebih murah dibandingkan dengan yg tidak menjadi *member*, juga mendapatkan bonus apabila dapat mengajak teman untuk bergabung menjadi *member* dengan belanja ketentuan tertentu. Produknya banyak, meliputi tas ,sepatu, baju, accesoris, peralatan rumah tangga, make up + alatnya, dan lain-lain.

f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

bisnis paloma memudahkan *member* untuk belanja produk dengan melihat katalog paloma terlebih dahulu, dan juga mendapatkan harga lebih murah dibandingkan dengan yg tidak menjadi *member*, juga mendapatkan bonus apabila dapat mengajak teman untuk bergabung menjadi *member* dengan belanja ketentuan tertentu. Produknya banyak, meliputi tas, sepatu, baju, *accesoris*, peralatan rumah tangga, make up + alatnya, dan lain-lain.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Pendapat Esty mengenai masyarakat yg memandang negatif MLM, dia hanya melihat dari sisi negatifnya saja yaitu MLM bisnis tipu, padahal banyak juga orang yang sukses dlm bisnis MLM, tergantung orang tersebut bisa menjalankan bisnisnya apa tidak. dan produk-produk MLM juga sebagian besar benar-benar teruji dan bermanfaat bagi *member* nya.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 7 (ketujuh) bernama Esty Dyah mahasiswi Manajemen angkatan 2011 umur 22 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM merupakan merupakan sistem dimana sekelompok orang dalam beberapa *level* yang mempromosikan produknya kepada *customer*. Pendapat esty mengenai MLM, bisnis MLM merupakan bisnis jaringan dengan sitem penjualan langsung dilakukan oleh *member*.

MLM sangat cocok sebagai bisnis sampingan karena selain mendapatkan keuntungan, bisnis MLM juga dapat menjalin tali silaturahmi karena hampir setiap hari bertemu dengan member lainnya. Esty mengikuti bisnis Paloma. Esty bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014. Kemudian pendapat Esty tentang bisnis paloma, bisnis paloma memudahkan *member* untuk belanja produk dengan melihat katalog paloma terlebih dahulu, dan juga mendapatkan harga lebih murah dibandingkan dengan yg tidak menjadi *member*, juga mendapatkan bonus apabila dapat mengajak teman untuk bergabung menjadi *member* dengan belanja ketentuan tertentu. Produknya banyak, meliputi tas, sepatu, baju, accesoris, peralatan rumah tangga, make up + alatnya, dan lain-lain. Bisnis paloma memudahkan *member* untuk belanja produk dengan melihat katalog paloma terlebih dahulu, dan juga mendapatkan harga lebih murah dibandingkan dengan yang tidak menjadi member, juga mendapatkan bonus apabila dapat mengajak teman untuk bergabung jadi member dengan belanja ketentuan tertentu. Produknya banyak, meliputi tas, sepatu, baju, accesoris, peralatan rumah tangga, *make up* + alatnya, dll. Pendapat Esty mengenai masyarakat yg memandang negatif ML, dia hanya melihat dari sisi negatifnya saja yaitu MLM bisnis tipu, padahal banyak juga orang yang sukses dalam bisnis MLM, tergantung orang tersebut bisa menjalani bisnisnya apa tidak. dan produk-produk MLM juga sebagian besar benar-benar teruji dan bermanfaat bagi *member* nya.

8. Informan kedelapan bernama Diana Silfiani sebagai mahasiswi Manajemen angkatan 2011 umur 22 tahun, wawancara dilakukan di kampus FE-UNEJ tanggal 08 Maret 2015 pukul 13.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Diana Silfiani sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan jalur alternatif bagi perusahaan untuk mendistribusikan produk dan jasa ke pasaran, biasanya memproduksi dengan berjualan langsung kepada konsumen.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, ada bagus dan tidaknya, karena kebanyakan bisnis MLM negatif di mata masyarakat, oleh karena itu harus berhati-hati

dalam memilih bisnis MLM, dilihat terlebih dahulu bidangnya apa, bagaimana cara kerjanya, ada tidaknya produk yang dijual, semua itu harus diperhatikan dalam bisnis MLM.

- c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Diana Silfiani mengikuti bisnis Oriflame

- d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?

Bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014

- e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat mengenai mengenai oriflame, banyak mendapatkan keuntungan dari oriflame, selain uang *cash*, para *member* juga mendapatkan bonus produk dari oriflame, semakin banyak *downline* semakin tinggi bonus yang didapatkan *upline*.

- f. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?

Pengaruh oriflame dengan kehidupan sehari-hari, bisnis oriflame sangat berpengaruh dalam penentuan karakter *member*, dan menambah penghasilan dari setiap sistem dan penjualan produk yang dilakukan oleh *member*.

- g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, karena banyak orang yang bergabung dengan MLM merasa dirugikan, mungkin karena mereka tidak mengerti sistem dari MLM tersebut, selain itu banyak MLM yang tidak ada kejelasan dalam sistem dan produknya, tidak semua bisnis MLM itu menipu, intinya harus lebih hati-hati memilih MLM dengan jelas sesuai kode etik APLI.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 8 (kedepan) bernama Diana Silfiani mahasiswi berumur 22 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM. Bisnis MLM merupakan jalur alternatif bagi perusahaan untuk mendistribusikan produk dan jasa ke pasaran, biasanya memproduksi dengan penjualan langsung kepada konsumen.

Selain itu pendapat Diana mengenai MLM, ada bagus dan tidaknya, karena kebanyakan bisnis MLM negatif di mata masyarakat, oleh karena itu harus berhati-hati dalam memilih bisnis MLM, dilihat terlebih dahulu bidangnya apa, bagaimana cara kerjanya, ada tidaknya produk yang dijual, semua itu harus diperhatikan dalam bisnis MLM. Diana Silfiani mengikuti bisnis Oriflame. Diana bergabung selama 1 tahun, sejak tahun 2014. Kemudian pendapat Diana mengenai oriflame, banyak mendapatkan keuntungan dari oriflame, selain uang *cash*, para *member* juga mendapatkan bonus produk dari oriflame, semakin banyak *downline* semakin tinggi bonus yang didapatkan *upline*. Selanjutnya pengaruh oriflame dengan kehidupan sehari-hari, bisnis oriflame sangat berpengaruh dalam pembentukan karakter *member*, dan menambah penghasilan dari setiap sistem dan penjualan produk yang dilakukan oleh *member*. Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, karena banyak orang yang bergabung dengan MLM merasa dirugikan, mungkin karena mereka tidak mengerti system dari MLM tersebut, selain itu banyak MLM yang tidak ada kejelasan dalam sistem dan produknya, tidak semua bisnis MLM itu menipu, intinya harus lebih memilih MLM dengan jelas sesuai kode etik APLI.

9. Informan kesembilan bernama Alfiah Mawarni sebagai mahasiswa Manajemen angkatan 2011 umur 22 tahun, wawancara dilakukan di rumah Alfiah Jalan Tegal Besar no 11 tanggal 08 Maret 2015 pukul 15.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Alfiah sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM merupakan strategi bisnis yang digunakan perusahaan dalam mendistribusikan produk atau jasa ke pasaran. Dalam bisnis ini ada sekelompok orang yang diatur dalam sebuah jenjang seperti piramid untuk memasarkan produk kepada konsumen.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat mengenai MLM, Menurut Alfiah MLM merupakan strategi yang bagus dalam pengembangan perusahaan karena bisnis ini akan terus berjalan apabila *member* yang terkait di dalamnya terus aktif.

c. Bisnis MLM apa yang anda ikuti saat ini?

Alfiah mengikuti bisnis Tupperware.

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?

Bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012.

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat mengenai Tupperware, bisnis ini Menurut Alfiah produk dari tupperware adalah produk yang terbaik dan aman untuk digunakan, terlebih sebagai tempat penyimpanan makanan atau bahan makanan.

f. Bagaimana pengaruh MLM dengan kehidupan anda?

Bisnis ini memerlukan modal yang cukup besar namun keuntungan yang di dapat juga cukup menarik. Sehingga bisnis ini cukup membantu sebagai bisnis sampingan, karena hasil yang didapat dapat digunakan sebagai tambahan biaya sehari-hari.

g. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Pendapat Alfiah, bisnis MLM ini tidak hanya memiliki dampak positif namun memiliki dampak negatif. Dalam bisnis ini diperlukan modal yang cukup besar dan kepandaian dalam memasarkan produk. Mungkin bagi yang tidak memiliki modal yang cukup dalam bergabung bisnis ini dan tidak memiliki keahlian dalam memasarkan produk, tentu mereka akan menganggap negatif bisnis ini. Namun dalam bisnis MLM ini, tidak semua bisnis MLM bagus, kita harus pandai memilah karena banyak kejahatan yang mengatasnamakan bisnis MLM.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 9 (kesembilan) bernama Alfiah Mawarni berumur 22 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM merupakan strategi bisnis yang digunakan perusahaan dalam mendistribusikan produk atau jasa ke pasaran. Dalam bisnis ini ada sekelompok orang yang diatur dalam sebuah jenjang seperti piramid untuk memasarkan produk kepada konsumen.

Selain itu pendapat Alfiah mengenai MLM, MLM merupakan strategi yang bagus dalam pengembangan perusahaan karena bisnis ini akan terus berjalan apabila *member* yang terkait di dalamnya terus aktif. Alfiah mengikuti bisnis Tupperware. Alfiah bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012. Kemudian pendapat mengenai Tupperware, bisnis ini Menurut Alfiah produk dari tupperware adalah produk yang terbaik dan aman untuk digunakan, terlebih sebagai tempat penyimpanan makanan atau bahan makanan. Bisnis ini memerlukan modal yang cukup besar namun keuntungan yang di dapat juga cukup menarik. Sehingga bisnis ini cukup membantu sebagai bisnis sampingan, karena hasil yang didapat dapat digunakan sebagai tambahan biaya sehari-hari. Pendapat Alfiah bisnis MLM ini tidak hanya memiliki dampak positif namun memiliki dampak negatif. Dalam bisnis ini diperlukan modal yang cukup besar dan kemampuan dalam memasarkan produk. Mungkin bagi yang tidak memiliki modal yang cukup dalam bergabung bisnis ini dan tidak memiliki keahlian dalam memasarkan produk, tentu mereka akan menganggap negatif bisnis ini. Namun dalam bisnis MLM ini, tidak semua bisnis MLM bagus, kita harus pandai memilah karena banyak kejahatan yang mengatasnamakan bisnis MLM.

10. Informan kesepuluh bernama Avina sebagai mahasiswi umur 20 tahun, wawancara dilakukan di Rumah Avina Jalan Kalimantan depan kantor DPR tanggal 11 Maret 2015 pukul 11.00 WIB. Adapun rincian wawancara dengan Avina sebagai berikut:

a. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?

Bisnis MLM sebuah sistem kerja pemasaran yang sudah terkenal dan digunakan oleh setiap perusahaan di dunia, bahkan seluruh usaha di dunia menggunakan sistem seperti MLM. MLM sebenarnya mempunyai misi yaitu membantu diri sendiri dan orang lain untuk sukses. Karena jika *employee* paling bawah sukses, maka yang di atasnya juga jauh lebih sukses.

b. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?

Pendapat Avita mengenai MLM, bisnis MLM saat ini *booming* di kalangan masyarakat.

Banyak pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh sistem ini, sebenarnya pihak-pihak tersebut bukan dirugikan, tapi karena mereka tidak menjalankan bisnis MLM dengan benar, padahal jika dikerjakan dengan usaha keras akan mendatangkan keuntungan dan dapat memperluas jaringannya.

c. Bisnis MLM apa yang anada ikuti saat ini?

Avina mengikuti bisnis Kangzen Kenko Indonesia (KKI)

d. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnsi MLM tersebut?

Bergabung selama 2 tahun, sejak tahun 2012.

e. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?

Pendapat Avina mengenai KKI, sebuah perusahaan *network* marketing yang berpusat di Bangkok, Thailand. Dalam rangka memperluas jangkauan visi dan misinya untuk memberikan kehidupan yang lebih baik manusia, terutama masyarakat di Indonesia, didirikanlah kantor perwakilan KK di Indonesia.

f. Bagaimana pengarug MLM terhadap kehidupan anada?

Pengaruh KKI dalam kehidupan sehari hari, Pengalaman selama ini, kebanyakan produk KKI dipakai untuk pribadi, keluarga dan teman dekat. Produk nya bagus, harga terjangkau dan sistem yang luar biasa, akan membantu banyak orang untuk mengenal dan ikut merasakan manfaat produk KKI. Yang menarik dari paket member 750 ribu ke atas ini adalah, *member* baru mendapatkan produk lebih dari yang dia bayar dengan kata lain, Perusahaan mengeluarkan subsidi untuk membayar bonus kepada member dengan asumsi bahwa produk KK begitu bagus nya dan diharapkan kelak *member* baru akan terus belanja dan setia menggunakan produk KKI.

g. Bgaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, sebenarnya bisnis MLM menjadi salah satu bisnis tersuper, karena memiliki bonus-bonus besar lebih dari pegawai negeri, namun banyak juga

orang-orang awam yang salah menilai, mereka mengira bisnis MLM adalah bisnis buruk yang banyak membuat orang dirugikan, padahal tidak semua bisnis MLM itu merugikan, tergantung dari orang tersebut untuk memilih bisnis MLM yang benar-benar murni dan memiliki kejelasan produknya.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan 10 (kesepuluh) bernama Avina mahasiswi berumur 20 tahun memberikan tanggapannya terkait bisnis MLM sebuah sistem kerja pemasaran yang sudah terkenal dan digunakan oleh setiap perusahaan di dunia, bahkan seluruh usaha di dunia menggunakan sistem seperti MLM. MLM sebenarnya mempunyai misi yaitu membantu diri sendiri dan orang lain untuk sukses. Karena jika *employee* kita yang paling bawah sukses, maka yang di atasnya juga jauh lebih sukses. Kemudian pendapat Avina mengenai MLM, adalah bisnis yang lagi *booming* saat ini, banyak pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh sistem ini, sebenarnya pihak-pihak tersebut bukan karena tertipu, tapi karna mereka tidak menjalankan bisnis MLM dengan sungguh-sungguh, padahal jika dikerjakan dengan usaha keras akan mendatangkan keuntungan besar bagi *member* nya dan dapat memperluas jaringannya. Avina mengikuti bisnis Kangzen Kenko Indonesia (KKI). Avina Bergabung selama 3 tahun, sejak tahun 2011. Pendapat Avina sendiri mengenai KKI, sebuah perusahaan *network* marketing atau MLM yang berpusat di Bangkok, Thailand. Dalam rangka memperluas jangkauan visi dan misinya untuk memberikan kehidupan yang lebih baik manusia, terutama masyarakat di Indonesia, didirikanlah kantor perwakilan KK di Indonesia. Selanjutnya pengaruh KKI dalam kehidupan sehari hari, Pengalaman selama ini, kebanyakan hanya untuk pakai pribadi, keluarga dan teman dekat, dengan mengetahui skema ini, semoga bisa menginspirasi. Produk bagus, harga terjangkau dan sistem yang luar biasa, akan membantu banyak orang untuk mengenal dan ikut merasakan manfaat produk KK Indonesia yg telah terbukti telah menyembuhkan penyakit-penyakit kelas berat seperti tumor, jantung, kanker dan diabetes. Yang menarik dari paket member 750 ribu ke atas ini adalah, *member* baru mendapatkan produk lebih dari yang dia bayar dengan kata lain.

Perusahaan mengeluarkan subsidi untuk membayar bonus *member*, dengan asumsi bahwa produk KK diharapkan kelak para member akan terus belanja dan setia menggunakan produk KK Indonesia. Ini terbukti dilihat dari Perusahaan ini telah bertahan lebih dari 14 tahun di Indonesia. Persepsi mengenai masyarakat yang menganggap negatif bisnis MLM, sebenarnya bisnis MLM menjadi salah satu bisnis tersuper, karena memiliki bonus-bonus besar lebih dari pegawai negeri, namun banyak juga orang-orang awam yang salah menilai, mereka mengira bisnis MLM adalah bisnis buruk yang banyak membuat orang dirugikan, padahal tidak semua bisnis MLM itu merugikan, tergantung dari orang tersebut untuk memilih bisnis MLM yang benar-benar murni dan memiliki kejelasan produknya.

4.3.1 Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

Hasil wawancara dengan sepuluh informan mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang menjadi *member* aktif bisnis MLM maka diperoleh jawaban yaitu mayoritas menganggap positif bisnis MLM. Informan merasa memiliki jiwa wirausaha dan dapat berkomunikasi dengan baik setelah mereka bergabung dengan bisnis MLM, tidak semua MLM itu negatif, masyarakat harus pintar memilih bisnis MLM yang benar-benar murni, sehingga tidak terjadi kekecewaan dikemudian hari, apalagi sekarang bermunculan MLM palsu yang mengatasnamakan MLM murni atau disebut dengan *money game* yang berbentuk piramida. Berikut alasan sebagian masyarakat yang trauma dengan MLM:

a. Ditipu oleh oknum - oknum yang nakal

Peristiwa yang sering dijumpai kebanyakan orang yaitu *money game*. Itu merupakan salah satu cara untuk menipu *member* dengan memanipulasi keuangan. Sebagai contoh, jika calon *member* ditawarkan bisnis dengan modal pendaftaran Rp.39.900, tetapi orang yang menawarkan bisnis berbohong kepada calon *member*. dengan mengatakan modal hanya Rp.500.000.

b. Lebih menguntungkan yang di atas daripada yang di bawah

Kualitas produk yang dipasarkan akan menguntungkan pembeli, kemudian pembeli juga akan menguntungkan Penjual. Keuntungan penjual juga meningkatkan aset agen penjual sehingga agen penjual juga mendapatkan untung dari aset tersebut. Aset dari agen penjual juga akan menguntungkan distributor. Keuntungan dari distributor juga akan meningkatkan keuntungan manager, kerja keras manager juga akan menguntungkan direktur. Dan yang terakhir pengabdian direktur akan menguntungkan pemilik perusahaannya atau pelopornya.

Berarti sudah terlihat sama-sama menguntungkan. Oleh karena kenali secara detail perusahaan yang menawarkan bisnis MLM, tanyakan alamat kantor, nama dan alamat orang yang mengajak calon *member*. Ini bertujuan untuk membuktikan apakah calon member merasa dibohongi atau tidak.

Sebaiknya sebelum memilih bisnis MLM yang akan dijalankan, terlebih dahulu kenali secara detail produk yang akan ditawarkan, carilah bisnis yang bergaransi 100%, carilah bisnis yang modalnya relatif murah. Maka dari situ dapat disimpulkan bahwa tidak semua bisnis MLM itu menipu, semua kembali pada *maindsate* masing-masing.

4.3.2 Persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Universitas Jember tentang peran *stakeholder* pada bisnis MLM

Perkembangan yang pesat mengenai bisnis MLM merupakan berperannya *stakeholder*. Adapun *stakeholder* yang berperan dalam bisnis MLM pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember adalah distributor dari bisnis MLM itu sendiri.

Dari hasil wawancara dengan informan terkait tanggapan mereka mengenai bisnis MLM adalah positif selama MLM yang dipilih adalah murni, bukan MLM palsu. Dengan adanya bisnis MLM persepsi buruk pun berubah karena mereka menganggap bisnis MLM adalah bisnis yang menguntungkan bagi para membernya.

4.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember ini memiliki kekurangan dan keterbatasan, baik itu dari segi konteks pembahasan maupun dari praktek penggalian informasi dilapangan. Keterbatasan memberikan dalam penelitian ini terletak pada : keterbatasan waktu dan Suasana lokasi yang kurang mendukung.

- a. Keterbatasan waktu yang diberikan oleh informan dalam menjawab pertanyaan sehingga menyulitkan peneliti untuk menggali informasi.
 - 1) Informan Erlinda : waktu yang disediakan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 5 menit.
 - 2) Informan Siti Fatimah : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 6 menit.
 - 3) Informan Titus Agustina : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 5 menit 30 detik.
 - 4) Informan Lutvi : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 5 menit 14 detik.
 - 5) Informan Patrilia : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 6 menit.
 - 6) Informan Amira : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 6 menit.
 - 7) Informan Esty : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 4 menit 20 detik.
 - 8) Informan Diana Silfiani : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 5 menit 24 detik.
 - 9) Informan Alfiah : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 4 menit 38 detik.
 - 10) Informan Avina : waktu yang dilakukan informan untuk wawancara/penggalian informasi adalah 6 menit 12 detik.

- b. Suasana lokasi wawancara yang kurang mendukung menjadi kekurangan dalam penelitian ini, lokasi yang relatif ramai sedikit mengganggu proses wawancara.
- 1) Wawancara pada informan pertama (Erlinda) bertempat di kos Erlinda di Jalan Jawa 6, suasana lokasi sedikit bising, karena antar penghuni kos saling mengobrol sehingga mengganggu proses wawancara.
 - 2) Wawancara pada informan kedua (Siti Fatimah) di lakukan di depan mushola Fakultas Ekonomi Universitas Jember, suasana lokasi ramai dengan kegiatan mahasiswa sehingga kurang focus dalam melakukan wawancara.
 - 3) Wawancara pada informan ketiga (Titus Agustina) bertempat di kos Titus di Jalan Nias 2, suasana lokasi sangat bising, karena pada saat itu bersamaan dengan suara mesin mobil sebelah kos yang sangat mengganggu proses wawancara.
 - 4) Wawancara pada informan keempat (Lutvi) bertempat di kos lutvi jalan jawa 2E no 18, suasana lokasi pada saat itu sunyi, sehingga proses wawancara berjalan dengan lancar
 - 5) Wawancara pada informan kelima (Patrilia) bertempat di depan Bank Jatim Fakultas Ekonomi Universitas Jember, pada saat itu suasana nya sedikit ramai, karena berdekatan dengan jalan besar.
 - 6) Wawancara pada informan keenam (Amira) bertempat di kos Amira Jalan Riau, suasana lokasi sepi dan sunyi sehingga proses wawancara berjalan lancar tanpa ada kendala.
 - 7) Wawancara pada informan kedelapan (Esty) bertempat di kos Esty Jalan Jawa 4A no 2, suasana lokasi yang sangat bising karena bersamaan dengan acara pernikahan.
 - 8) Wawancara pada informan kesembilan (Diana silviani) bertempat di kampus FE-UNEJ, suasana lokasi yang ramai membuat proses wawancara dilakukan berulang ulang.
 - 9) Wawancara pada informan kesembilan (Alfiah Mawarni) bertempat di Rumah Alfiah Jalan Tegal Boto no 11, sangat nyaman dan sepi karena

tidak ada gangguan dari luar sehingga proses wawancara berjalan dengan lancar.

- 10) Wawancara kesepuluh (Avina) bertempat di Rumah Avina Jalan Kalimantan, suasana lokasi sedikit bising, karena pada waktu yang bersamaan di rumah Avina kedatangan tamu sehingga suara obrolan terdengar dan mengganggu proses wawancara.



BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab empat mengenai hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember tentang bisnis MLM adalah positif, asalkan teliti dalam memilih bisnis MLM. Selain itu MLM merupakan pengikat tali silaturahmi karena hampir setiap hari ada pertemuan sehingga memunculkan persaudaraan yang kuat diantara para *member* MLM. *Member* MLM juga lebih mampu berkomunikasi dengan baik serta adanya perubahan karakter yang lebih baik pada diri *member* tersebut, bisnis MLM juga merupakan solusi yang baik untuk mahasiswa dalam menambah penghasilan, sehingga meringankan beban orang tua.
- b. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember terhadap peran *stakeholder* berpersepsi bahwa para distributor sangat bagus dalam memasarkan produknya. Sehingga kegiatan bisnis yang dijalankan berjalan lancar, baik dari sistem kerja maupun dari produk yang dijual.

5.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

- a. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi S-1 Universitas Jember yang menjadi *member* MLM, sebaiknya terus mengembangkan bisnis MLM yang dijalani. Memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa tidak semua bisnis MLM itu buruk, tetapi harus pintar dalam memilih MLM yang sesuai dengan kode etik APLI.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitiannya dengan meminimalkan keterbatasan yang ada pada penelitian ini agar penelitiannya menjadi lebih berkembang dan menemukan sesuatu yang lebih baru dari yang dilakukan oleh peneliti saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2007. *Pengantar Bisnis*. Edisi Revisi, cetakan kesembilan. Bandung: Alfabeta
- Catur Supriatin. 2009. Pengaruh Produk, Tempat Dan Penghasilan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Bergabung Dengan Multi Level Marketing (MLM) Tianshi Jember. *Jurnal Ekonomi Universitas Jember*.
- Dennis Yuda Primadana. 2012. *Bisnis Multi Level Marketing (MLM)*. *Jurnal STMIK ANIKOM*, Yogyakarta.
- Devi India Rosiawati. 2014. Kontruksi Realitas Sosial Anggota Multi Level Marketing Fashion di Kota Jember. *Jurnal Ekonomi Universitas Jember*.
- Dewi Rosmala dan Gilang Kresna. 2012. Implementasi Algoritma Binary Tree Pada Sistem Informasi Multi Level Mareting. *Jurnal Informatika*, 3 (3): 1-9.
- Diana Aqmala. 2012. Analisis Pengaruh Karakteristik Distributor, Dukungan Perusahaan Dan Organisasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Distributor Multi Level Marketing (MLM). *Jurnal STIE Totalwin Semarang*.
- Dianto Anugraha. 2010. Persepsi Masyarakat Terhadap Pesan Bisnis *Multi Level Marketing dan Money Game*. *Jurnal Sosial dan Politik*.
- Elvia Rosa. 2015. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Bisnis Multi Level Marketing Dengan Pengambilan Keputusan Mengikuti Bisnis Multi Level Marketing Pada Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Faisal Sanapiah. 2013. *Format-format Penelitian Sosial*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Gilang Kusuma Putra. 2011. *Bisnis Jaringan Multi Level Marketing*. *Jurnal*, STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- H.B Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Haris Herdiansya. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Heath, R.L., Nelson, R.A. 1986. *Issue Management*. Newbury Park.

- Ida Bagus Wiradinata. 2014. Peran Support System Dalam Mendukung Keberhasilan Distributor (Studi Pada Perusahaan Multi Level Marketing Tianshi Di Kota Singaraja Pada Tahun 2013). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia*. Vol: 4 Nomor: 1
- Jennia Mudha Dwi Siswati. 2012. Tanggung Jawab Hukum Dalam Perjanjian Multi Level Marketing Q.Net. *Jurnal Ekonomi Universitas Jember*.
- Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Proposal Skripsi dan Skripsi*. Jember : Jember University Press.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks.
- Lexy. J. Moleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja.
- Manurung, Friska Novita. 2010. Perempuan Dalam Sistem Multi Level Marketing Oriflame Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Industri. Fakultas Sosiologi, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta*.
- Mar'atus Sholihah. 2013. Orientasi Karir Orang-Orang Sukses Dalam Bisnis Multi Level Marketing Avail. *Jurnal Psikologi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Miles Matthew B. Huberman Michael A. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. London: Sage Publication, Inc.
- Moh. Bahruddin. 2011. MLM dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal IAIN Raden Intan Lampung*. Vol (3) no (1).
- Nur Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nuril Hafidzah. 2014. Persepsi Masyarakat Jember terhadap Online Shop. *Jurnal Ekonomi Universitas Jember*.
- Odop, Nistains. 2007. *Menjadi MLMers Dahsyat, Edisi Pertama*. Jakarta: MEDPRESS.
- Oktavianus Yudistira Nyotoprabowo. 2014. *The Biggest Secret To Success In MLM Finally Revealed (Kiat Sukses dalam Bisnis MLM), Edisi Pertama*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Radianon Malau. 2011. *Bisnis Pemasaran Jaringan (Studi tentang Pemanfaatan Relasi dan Strategi Member dalam Mengembangkan Bisnis Pemasaran Jaringan PT. Melia Natur Indonesia di Stokist Medan Setia Budi)*. *Jurnal Antropologi Sosial. Fakultas Sosiologi, Universitas Sumatra Utara, Medan.*
- RR. Kenya Pradiptaningtyas. 2013. *Persepsi Petani Bawang Merah Terhadap Modal*. *Jurnal Ekonomi Universitas Jember.*
- Sampurno Wibowo,. 2009. *Akuntansi Biaya*. Bandung: Politeknik Telkom.
- Slameto. 1995. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif, Edisi Kesembilan*. Bandung: CV Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Surjono Soekanto. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada.
- Worre, Eric. 2014. *Go Pro (7 Strategi Menjadi Pebisnis MLM Profesional), Edisi Pertama*. Surabaya: Mic PT Menuju Insan Cemerlang.

Internet

- Profil Fakultas Ekonomi Universitas Jember. <http://www.fe.unej.ac.id/> [diunduh tanggal 20 Maret 2015]
- Data APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia). “Jumlah Perusahaan MLM di Indonesia yang tercatat sebagai anggota APLI” www.apli.or.id [diunduh tanggal 08 November 2014]

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apa yang anda ketahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*?
2. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM?
3. Apakah anda pengguna bisnis MLM? Jika iya, MLM apa yang anda ikuti?
4. Sudah berapa lama anda bergabung dengan bisnis MLM tersebut?
5. Bagaimana pendapat anda mengenai bisnis MLM yang anda ikuti saat ini?
6. Bagaimana pengaruh MLM terhadap kehidupan anda?
7. Bagaimana pendapat anda mengenai persepsi masyarakat yang sebagian menganggap negatif bisnis MLM?

LAMPIRAN 2

FOTO – FOTO PENELITIAN



Foto setelah wawancara dengan Informan Erlinda Putri Aningtyas



Foto setelah wawancara dengan Informan Siti Fatimah

LAMPIRAN 3



Foto setelah wawancara dengan Informan Titus Agustina



Foto setelah wawancara dengan Informan Lutvi Shamta Sandy

LAMPIRAN 4



Foto setelah wawancara dengan Informan Patrilia Prima



Foto setelah wawancara dengan Informan Amira

LAMPIRAN 5



Foto setelah wawancara dengan Informan Esty Dyah



Foto Setelah wawancara dengan Informan Diana Silfiani

LAMPIRAN 6



Foto setelah wawancara dengan Informan Alfiah Mawarni



Foto setelah wawancara dengan Informan Avina