

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan pada perusahaan direct selling - multilevel marketing multinasional di Indonesia : studi kasus pada PT Amindoway Jaya

Aam Bastaman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70755&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri Direct selling - multilevel marketing (MLM) telah menunjukkan pertumbuhan yang sangat cepat, terutama dalam dekade tahun 80-an, dan terutama di Indonesia dalam dekade tahun 90-an. Sebagai sebuah industri, direct selling (termasuk multilevel marketing) memberikan potensi peluang usaha alternatif yang cukup menjanjikan bagi masyarakat.

Berdasarkan catatan World Federation of Direct Selling Association (1989; 8), terdapat sekitar 30 juta orang di seluruh dunia terlibat dalam aktifitas bisnis direct selling sebagai distributor independen. Sedangkan industri ini mencatat penjualan lebih dari 80 Milyar dollar Amerika dalam tahun 1999.

Mengingat pentingnya peranan industri direct selling, terutama dalam menciptakan lapangan kerja alternatif, maka penulis tertarik meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan pada perusahaan direct selling - multilevel marketing multinasional di Indonesia, dengan mengambil studi kasus di PT. Amindoway Indonesia, Jakarta.

Dalam penelitian ini dibahas mengenai: 1. Kinerja penjualan Amway di Asia Pasifik, 2. Posisi penjualan Amway di Indonesia dibandingkan dengan kinerja penjualan Amway di beberapa negara Asia Pasifik, 3. Pengaruh Program Insentif (Peluang Bisnis), Promosi, Kualitas Produk, Pimpinan Distributor/UpLine Sponsor, Jaminan Kepuasan 100%, Keyakinan pada Bisnis Amway dan Faktor Penjualan Eceran (variabel-variabel X, baik secara individual maupun secara bersama-sama) terhadap kinerja penjualan (variabel Y), dengan menggunakan koefisien korelasi Spearman dan model single regression dan multiple regression.

Sampel sebanyak 50 orang diambil dengan menggunakan simple random sample dan sekitar 20,000 populasi distributor Amway yang aktif di Jakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan faktor Program Promosi memberikan pengaruh yang kecil (tidak signifikan) terhadap kinerja penjualan, faktor Kualitas Produk memberikan pengaruh yang signifikan, faktor Jaminan Kepuasan 100% relatif memberikan pengaruh, faktor Pimpinan Distributor memberikan pengaruh yang kurang signifikan, faktor Insentif (Peluang Bisnis) memberikan pengaruh, faktor Penjualan Eceran juga kurang memberikan pengaruh.

Secara keseluruhan faktor-faktor yang memberi pengaruh terbesar terhadap kinerja penjualan adalah faktor Kualitas Produk, program Insentif (Peluang Bisnis) dan Jaminan Kepuasan 100%.

Coefficient of Multiple Correlation diantara variabel-variabel X dan Y tersebut sebesar 0.6627 (66.27%),

yang berarti pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sebesar 66.27%.

Saran kepada perusahaan untuk lebih fokus terhadap ketiga variabel yang mempengaruhi kinerja penjualan tersebut, yaitu Kualitas Produk, Program Insentif (Peluang Bisnis) dan Jaminan Kepuasan 100%.