

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis sangat luar biasa, sehingga konsep bisnis baru pun bermunculan. Salah satu konsep bisnis baru yang fenomenal adalah *multi level marketing*. Konsep ini berbeda dengan konsep bisnis konvensional yang sudah biasa dilakukan. *Multi level marketing* membentuk jaringan bisnis atau pemasaran dan membagi-bagi keuntungan bersama (Surya, 1994: 7).

Bisnis *multi level marketing* cukup disukai oleh banyak orang termasuk di negara kita Indonesia dan menjadi sarana untuk mencapai kemandirian ekonomi. Menurut APLI (Asosiasi Pengusaha Langsung Indonesia) saat ini terdapat lebih 200-an perusahaan yang menggunakan sistem *multi level marketing* dengan karakteristik, pola dan sistem tersendiri.

Definisi *multi level marketing* secara umum adalah model pemasaran yang menggunakan mata rantai *up line - down line* dengan memotong jalur distribusi. Perusahaan yang menggunakan konsep *multi level marketing* akan mendistribusikan produk-produknya melalui sebuah jaringan yang terdiri dari para pelaku bisnis *independent* diseluruh dunia secara bebas (Valentine, 2003: 11).

Pada penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian perusahaan *multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera. Dalam lingkungan keseharian, peneliti sering berinteraksi dengan *member* dari perusahaan *multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera. *Member* dalam menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera melakukan banyak cara agar tujuannya tercapai. Peneliti melakukan observasi dengan sepuluh orang *member* dari perusahaan *multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera yang sekaligus *member* tersebut juga mahasiswa, diantaranya Yogi Deam Anggara adalah mahasiswa Universitas Andalas

jurusan Agribisnis. Yogi bertempat tinggal di Padang namun aktif menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di luar kota Padang yaitu Pasaman Barat, sehingga beliau bolak balik Padang - Pasaman Barat. Jadwal Yogi adalah setiap hari Rabu dan hari Kamis di Padang, sementara itu hari Jumat, Sabtu, Minggu, Senin dan Selasa Yogi di Pasaman Barat. Yogi memiliki kesibukan sebagai seorang mahasiswa, namun kesibukan tersebut tidak menjadi kendala bagi Yogi untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera walaupun di luar kota. Saat ini Yogi telah memiliki *member* 550 orang. Yogi telah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera, serta membantu biaya kebutuhan orang tuanya dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera

Teman peneliti yaitu Gina, seorang mahasiswi UPI Padang. Gina aktif menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Kota Padang dan Muara Bungo. Setiap minggu Gina ke luar kota yaitu Muara Bungo untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Gina telah memiliki *member* 632 orang. Biaya kebutuhan hidup sehari-hari Gina dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera, Gina juga mampu membiayai kuliah sendiri serta memenuhi hobi *travellingnya* dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Adec Wilstif mahasiswi UPI Padang mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang dan Pasaman Timur. Kesibukan aktivitas Adec sebagai mahasiswi, namun Adec juga membagi waktu ke luar kota yaitu ke Pasaman Timur untuk menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Adec telah berhasil membeli 1 unit mobil Mitsubishi Mirage dari hasil serius menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Silvia Roza mahasiswi Universitas Eka Sakti Padang jurusan ilmu komunikasi yang mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Payakumbuh dan Tanjung Pinang. Hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis Roza kuliah dan menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang, kemudian hari Kamis siang nya Roza ke Payakumbuh sampai hari Minggu untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Payakumbuh. Setiap bulan Silvia Roza ke Tanjung Pinang untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat

Sejahtera di Tanjung. Roza sudah memiliki memiliki *member* 457 orang. Penghasilan dari menjalankan bisnis Melia Sehat sejahtera mampu membiayai kuliah Roza serta memenuhi biaya kebutuhan harian Roza.

Viona Modesty seorang mahasiswa UNP jurusan ekonomi, Viona mengembangkan Melia Sehat Sejahtera di Sijunjung dan Pariaman. Saat tidak ada waktu kuliah Viona ke luar kota yaitu ke kota Sijunjung dan kota Pariaman untuk menjalankan Bisnis Melia Sehat Sejahtera. Keseriusan viona dalam menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera menjadikan Viona saat ini telah memiliki *member* 957 orang *member*, yang tidak hanya tersebar di Sumatera Barat namun juga di Aceh. Viona telah mamu membeli 1 unit mobil Mitsubishi Mirage dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Andika mahasiswa Teknik Elektronika di Politeknik Padang. Andika mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang dan Padang Panjang. Setiap minggu Dika ke Padang Panjang untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera yaitu hari Kamis dan Jumat. Gita Angela seorang mahasiswi Keperawatan Universitas Andalas. Gita aktif menjalankan bisnis ini di Padang, Bukit Tinggi dan Pasaman Barat. Selain kesibukan aktivitas kuliah, Gita membagi waktunya untuk ke Pasaman Barat dan Bukit Tinggi setiap minggunya. Biaya kehidupan sehari-hari Gita dari hasil menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera.

Edo Abdans mahasiswa UNP. Edo aktif menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang dan Solok. Saat hari perkuliahan Edo menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang, hari Jumat, Sabtu dan Minggu Edo di Solok untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di kota Solok. Riza Izna juga mahasiswi keperawatan Unand mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang dan Bengkulu. Sebagai seorang mahasiswa Riza juga pergi ke Bengkulu untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera. Voni Azaly mahasiswa ITP Padang, aktif menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera di Padang dan Kerinci. Selain kuliah Voni bolak balik ke Kerinci agar sukses

menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera. *Member-member* yang peneliti sebutkan diatas walaupun sedang kuliah, dimana memiliki aktivitas belajar yang padat namun tetap semangat, antusias dalam menjalankan bisnis serta tidak menjadi hambatan baginya untuk menjalankan bisnis Melia Sehat Sejahtera walaupun harus bolak-balik ke luar kota.

Karakter tidak lahir dengan sendirinya, namun harus dipupuk dan dilatih. Sesuai dengan pendapat Carter V. Good dalam Dictionary of Education (Haadisusanto, 1995: 6) yang menyatakan bahwa pendidikan adalah keseluruhan proses pengembangan kemampuan, sikap, dan bentuk-bentuk tingkah laku lainnya yang bernilai positif dalam masyarakat. Pendidikan selalu berkait dengan hal-hal positif, pendidikan selalu bersentuhan dengan nilai-nilai, sehingga pendidikan tidak boleh direduksi dalam pembelajaran yang bersifat teknik dan pragmatis.

Uyoh Sadulloh (2007: 57) menegaskan bahwa pendidikan pada hakekatnya akan mencakup pada kegiatan mendidik, mengajar dan melatih. Kegiatan tersebut dilaksanakan sebagai suatu usaha untuk mentransformasikan nilai-nilai. Nilai-nilai yang ditransformasikan mencakup nilai-nilai: religi, kebudayaan, sains dan teknologi, seni dan keterampilan. Pendidikan merupakan proses mendarah dagingkan nilai-nilai dalam rohani manusia (akal, rasa, kehendak) yang pada akhirnya diaktualisasikan dalam tingkah laku dan perbuatan. Kata karakter dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disamakan dengan watak atau tabiat. Kata karakter berasal dari bahasa Inggris yaitu *character*. Dalam kamus Poerwadarminta, karakter diartikan sebagai tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang.

Salah satu wadah untuk pendidikan karakter adalah melalui pengkaderan. Pengkaderan adalah orang yang dididik untuk menjadi pelanjut estafet suatu partai atau organisasi, calon tunas bangsa, generasi muda (Partanto, 1994: 11). Dalam bukunya Hadari Nawawi pengkaderan adalah proses, cara, perbuatan mendidik atau membentuk seseorang menjadi

kader (Nawawi, 1993: 21). Kaderisasi merupakan suatu kebutuhan internal yang harus dilakukan demi kelangsungan organisasi. Bung Hatta pernah bertutur mengenai kaderisasi, bahwa kaderisasi sama artinya dengan “menanam bibit”. Untuk menghasilkan pemimpin bangsa dimasa depan, pemimpin pada masanya harus menanam daripada yang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil pengkaderan *member multi level marketing* Melia Sehat Sejahtera cabang Sumatera Barat, karena Melia Sehat Sejahtera cabang Sumatera Barat memiliki keunggulan dalam pengkaderan *member-membarnya* sebagaimana Sekjen Melia Sehat Sejahtera Sumatera Barat yaitu Leader Nasional Trioga Surya mengatakan:

Pengkaderan member melia sehat sejahtera di Sumatera Barat memiliki keunggulan dibanding kota-kota lain. Bahwa di Sumatera Barat bisnis melia sehat sejahtera tetap berkembang walaupun tidak dikontrol langsung sama leader-leader dari Pusat atau luar kota. Karena di Padang juga sudah terbentuk leader-leader daerah yang juga komitmen. Sedangkan untuk daerah lain seperti Pekanbaru, Palembang, Medan, Bengkulu, Makasar, Ternate, Magelang maupun kota-kota lain tiap bulan didatangkan leader dari Pusat atau dari Luar kota agar bisnis dan member berkembang. Sementara untuk di Padang kadang-kadang saja di datangkan leader dari pusat dan luar kota yaitu pada saat acara-acara besar dan saat memang dibutuhkan. (Hasil wawancara peneliti dengan Sekjen Melia Sehat Sejahtera Sumatera Barat tanggal 17 November 2015).

Pengkaderan *member* di daerah Sumatera Barat dilakukan oleh Leader Nasional Sumatera Barat. Keberhasilan suatu pengkaderan tentu tidak terlepas dari strategi komunikasi. Strategi akan memberikan arah bagi semua anggota organisasi (Purwanto, 2012: 12). Strategi komunikasi digunakan agar penyampaian pesan-pesan bisnis kepada pihak lain dilakukan secara efektif dan efisien. Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003: 30). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat masalah “**Strategi Komunikasi Pengkaderan Member Multi Level Marketing**

Melia Sehat Sejahtera (Studi Deskriptif *Member* Melia Sehat Sejahtera Sumatera Barat)

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, masalah yang akan diteliti adalah bagaimana strategi komunikasi pengkaderan *member multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera (studi deskriptif *member* Melia Sehat Sejahtera Sumatera Barat)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pengkaderan *member multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera (studi deskriptif *member* Melia Sehat Sejahtera Sumatera Barat).

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi terutama pentingnya penggunaan strategi komunikasi khususnya dalam pengkaderan dalam bisnis *multi level marketing*.

2. Manfaat praktis

Memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan terkait strategi komunikasi yang dilakukan serta bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi.

