

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan oleh perusahaan mengingat kompetisi bisnis yang ketat saat ini. *Direct selling* adalah salah satu strategi yang dapat digunakan karena dengan strategi ini perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen. Oriflame, perusahaan kosmetik asal Swedia menggunakan strategi *direct selling* dalam memasarkan produknya. Walaupun memiliki keunggulan bisa berinteraksi dengan konsumen, akan sia-sia apabila kredibilitas konsultan independen Oriflame (tenaga pemasar Oriflame) dianggap rendah oleh konsumennya. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui opini konsumen Oriflame terhadap kredibilitas konsultan independen Oriflame.

Kredibilitas, menurut Hovland dan Weiss adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator, dua komponen terpenting dari kredibilitas adalah *trustworthiness* dan *expertness*. Sedangkan pengertian dari opini adalah suatu pendapat yang merupakan pertimbangan seseorang tentang suatu hal. Opini mempunyai kekuatan. Ia akan mendukung perusahaan jika bersifat positif dan dapat menghancurkan perusahaan jika bersifat negatif.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena hanya akan menggambarkan opini konsumen terhadap kredibilitas konsultan independen. Penelitian ini menggunakan metode survey terhadap konsumen Oriflame di wilayah Kecamatan Gubeng, Surabaya. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive*, dimana responden diambil berdasarkan syarat-syarat tertentu yang sudah ditetapkan peneliti. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diukur dengan skala Likert. Data yang didapat kemudian disajikan dalam tabel frekuensi dan tabel silang untuk kemudian dianalisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opini mayoritas responden terhadap kredibilitas, baik *trustworthiness* maupun *expertness* konsultan independen Oriflame ternyata tinggi. Hasil yang positif ini hendaknya tidak membuat pihak Oriflame berpuas diri. Kredibilitas konsultan Oriflame seharusnya juga lebih ditingkatkan melalui pelatihan atau seminar yang diadakan oleh Oriflame.