

STRATEGI MEMBANGUN JARINGAN DALAM BISNIS MLM

(STUDI KASUS PADA BALLANS Inc (INDONESIA) DI SURABAYA)

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

FK
B 118/02
Day
s



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

BRIAN HERNANDA EKA DAYUARSA
No. Perek.049816138

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

**STRATEGI MEMBANGUN JARINGAN
DALAM BISNIS MLM
(STUDI KASUS PADA BALIANS Inc (INDONESIA) DI
SURABAYA)**

DIAJUKAN OLEH :

BRIAN HERNANDA EKA DAYUARSA

No Pokok : 049816138

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. SRI GUNAWAN, M.Com., DBA.

TANGGAL.....

8/8/02

KETUA PROGRAM STUDI,



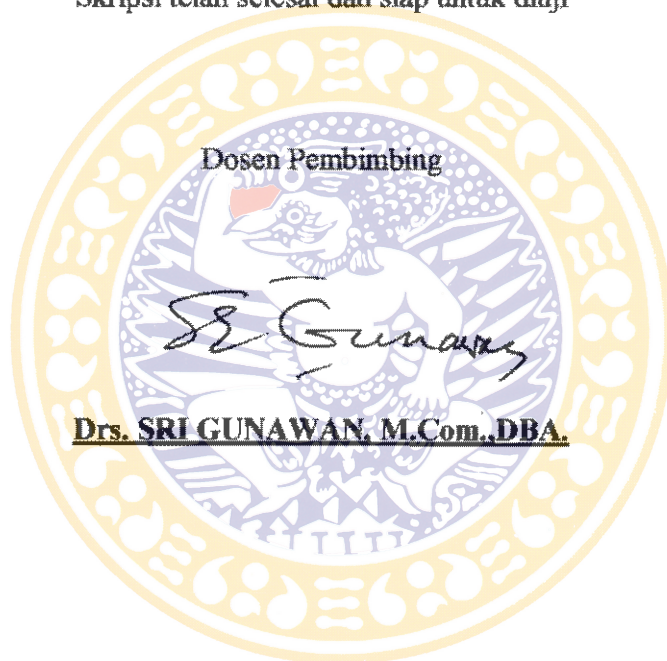
DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL.....

13/8/02

Surabaya, 30 JULI 2002

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji



ABSTRAKSI

Pada permulaan dekade 90an, muncul fenomena baru dalam dunia bisnis di Indonesia dengan hadirnya Amway Corp, sebagai perusahaan consumer good yang memasarkan produknya melalui sistem Multi Level Marketing. Sistem pemasaran ini lebih mengedepankan kerjasama antar orang per orang dalam mendistribusikan suatu produk kepada calon konsumen, dengan memperoleh sejumlah bonus tertentu. Dalam kurun waktu yang cukup singkat, telah berdiri puluhan perusahaan MLM di Indonesia, dengan berbagai macam jenis produk seperti : perlengkapan rumah tangga, alat kecantikan, makanan kesehatan, asuransi, dan busana.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam sistem pemasaran MLM adalah Balians Inc (Indonesia). Berdiri pada akhir tahun 2000 di Jakarta dengan bidang usaha pemasaran berjenjang produk sari buah mengkudu dengan merek dagang "Balinony", dalam waktu sekitar 1,5 tahun telah memiliki anggota sebanyak 30.000 orang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Ditinjau dari konsep MLM yang dikembangkannya, terdapat sedikit perbedaan dengan konsep MLM yang selama ini dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan pionir dalam bisnis MLM seperti Amway, Avon dan CNI. Dalam Balinony konsep tersebut dikenal dengan istilah Uni Level. Secara umum sistem MLM versi Balinony (Uni Level) memberikan kebebasan dan kemudahan bagi para anggotanya untuk mengembangkan usaha ini, tanpa dibatasi oleh target-target tertentu.

Namun seperti umumnya pelaku-pelaku dalam bisnis MLM ini, dimana banyak dari mereka yang gagal bahkan putus asa untuk mengembangkan bisnis ini, sebenarnya diperlukan suatu strategi dalam membangun jaringan (*Network*) dalam bisnis MLM ini. Tanpa strategi dan pengelolaan jaringan secara baik dan berkelanjutan, mustahil seorang anggota akan mampu bertahan menghadapi berbagai hambatan dan mencapai posisi tertinggi. Untuk itu hendaknya setiap orang yang bergelut dalam bisnis MLM telah memiliki visi terhadap bisnis ini, yang pada gilirannya akan menciptakan suatu strategi pengelolaan jaringan secara tepat dan cermat.