

B

**POLA KERJA
DISTRIBUTOR "SARA LEE"
DI KOTAMADYA SURABAYA JAWA TIMUR**

SKRIPSI



KK
Fis Ant 139/98
Hev
P

Disusun oleh :

**EERSTE HEVALIANDA
NPM 079314229**

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Semester Gasal Th. 1997/1998**

**POLA KERJA
DISTRIBUTOR "SARA LEE"
DI KOTAMADYA SURABAYA JAWA TIMUR
SKRIPSI**

**Maksud : Sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan studi pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Disusun oleh :

**EERSTE HEVALIANDA
NPM 079314229**

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Semester Gasal Th. 1997/1998**

**SKRIPSI INI DISETUJUI UNTUK DIUJIKAN
GUNA MELENGKAPI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA ANTROPOLOGI
PADA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

SURABAYA

**MENYETUJUI
DOSEN PEMBIMBING**



**(DRA. RETNO ANDRIATI, M.A.)
NIP : 131.570.347**

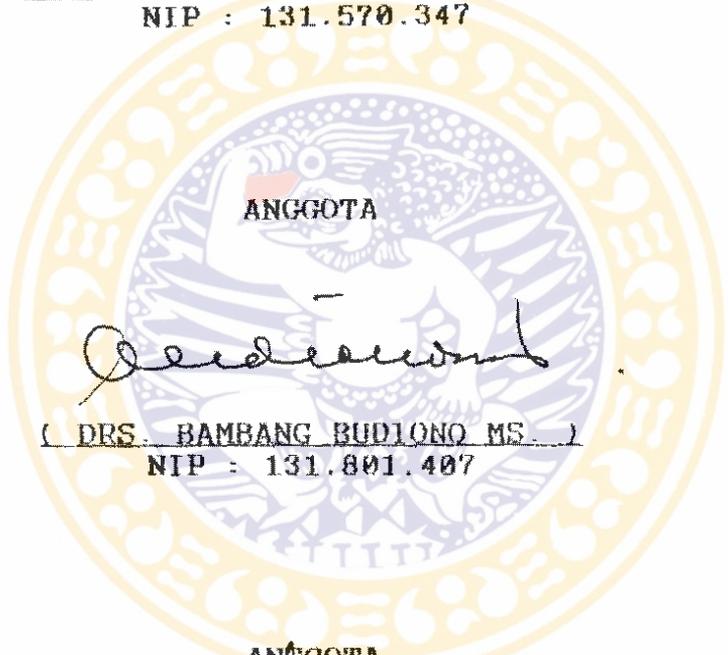
SKRIPSI INI TELAH DIPERTAHANKAN DIHADAPAN
KOMISI PENGUJI PADA TANGGAL 16 JANUARI 1998

KOMISI PENGUJI :

KETUA MERANGKAP ANGGOTA



(DRA. RETNO ANDRIATI, M.A.)
NIP : 131.570.347



ANGGOTA



(DRS. BAMBANG BUDIONO MS.)
NIP : 131.801.407

ANGGOTA



(LUCY DYAH C., S.Sos)
NIP : 132.133.956

A B S T R A K

Semakin maraknya industri kosmetika, merupakan jawaban dari bermacam keinginan manusia agar dapat berpenampilan cantik dan menarik, terutama pada kaum wanita. Wanita adalah pangsa pasar paling potensial untuk produk kosmetika, termasuk di Indonesia.

Pada umumnya pemasaran produk kosmetika secara *retail* (eceran) di toko-toko dan agen-agen penjualan ke berbagai wilayah di Indonesia. Selain penjualan *retail*, juga ada penjualan beberapa produk kosmetika melalui *direct selling*, yaitu penjualan secara langsung kepada konsumen. Salah satu produk kosmetika yang melakukan penjualan secara *direct selling* ini adalah "SARA LEE".

Peneliti tertarik mengkaji masalah tentang pola kerja distributor Sara Lee.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Kotamadia Surabaya secara *purposive* dipilih sebagai lokasi penelitian. Pertimbangannya adalah karena tempat tinggal dari para distributor Sara Lee yang menjadi kajian dalam penelitian ini yang terbanyak berada di kotamadia Surabaya.

Informan berjumlah 17 orang dengan perincian sebagai berikut :

- 2 orang staf PT. SURIA YOZANI
- 2 orang koordinator Sara Lee
- 10 orang distributor Sara Lee
- 3 orang konsumen

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara mendalam kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara untuk memperoleh data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen PT. SURIA YOZANI dan brosur Sara Lee.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Perekrutan distributor Sara Lee dilakukan melalui 4 cara yaitu : (1) melalui iklan di surat kabar; (2) perekrutan dari rumah ke rumah; (3) presentasi dan demonstrasi produk di lembaga-lembaga atau perkumpulan-perkumpulan; (4) bergiliran jaga (piket) di *front office* (kantor depan) tiap-tiap kantor cabang Sara Lee. Dari keempat pola perekrutan diatas, yang dirasa efektif adalah melalui perekrutan dari rumah ke rumah, sebab dapat secara langsung memperkenalkan profil perusahaan dan produk-produk yang dihasilkan serta keuntungan-keuntungan yang bakal diperoleh kepada calon distributor.
2. Tiap-tiap distributor baru diwajibkan untuk mengikuti program pelatihan penjualan yang diberikan oleh PT. SURIA YOZANI. Pelatihan tersebut meliputi : (1) pengenalan Sara Lee berikut produk-produknya; (2) besar pendapatan distributor dalam setiap penjualan produk Sara Lee; (3) fasilitas yang diperoleh distributor jika ia telah mencapai suatu target penjualan tertentu; (4) cara-cara menjual; (5) cara mencari sasaran konsumen; (6) pengaturan waktu dalam menjual; (7) cara berpenampilan yang cantik dan menarik sebagai penjual kosmetik.
3. Pola kerja distributor Sara Lee meliputi :
 - 1: Distributor yang mengikuti pola kerja berdasarkan pelatihan dari PT. SURIA YOZANI dan distributor yang tidak mengikuti pola kerja tersebut.
 - a. Pola kerja distributor berdasarkan pelatihan dari PT. SURIA YOZANI, meliputi: 1). cara penjualan melalui *direct selling*; 2). distributor yang bekerja sebagai karyawan, memasarkan pada teman kerjanya pada jam-jam kantor dan waktu istirahat makan siang; 3). distributor yang mempunyai usaha sendiri, memasarkan pada orang atau langganan yang berkaitan dengan usaha mereka; 4). distributor yang tidak bekerja, memasarkan setelah menyelesaikan tugas rumah sehari-hari. Dalam memasarkan produk, mereka menghubungi dan

- menawarkan pada orang-orang yang mereka kenal terlebih dahulu, kemudian mereka membuat jaringan perekrutan konsumen melalui referensi konsumen sebelumnya. Selain itu ada juga yang memasarkan dari rumah ke rumah.
- b. Distributor yang tidak mengikuti pola kerja berdasarkan pelatihan dari PT. SURIA YOZANI menggunakan pola kerja yang lain yaitu memasarkan pada keluarganya dan untuk kebutuhannya sendiri.
 2. Hubungan yang terjalin antara distributor dengan konsumen merupakan hubungan yang saling menguntungkan. Keterbukaan, kejujuran, ketepatan janji dan perhatian secara pribadi yang diberikan distributor kepada konsumen merupakan hal yang penting agar konsumen percaya dan tidak beralih pada distributor yang lain.
 3. Sebagai sesama distributor, ada yang berhubungan satu dengan lainnya ada juga yang tidak. Adanya hubungan antar distributor tersebut menimbulkan suatu bentuk interaksi sosial yang dapat berupa kerjasama (cooperation) dan persaingan (competition).
 4. Hubungan distributor dengan koordinator, dilandasi hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Koordinator membantu distributor memperlancar penjualan dengan kemudahan pemesanan barang, memecahkan masalah penjualan distributor, dsb. Apabila penjualan distributornya meningkat, maka pendapatan koordinatornya juga meningkat.