

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.

1. Pengertian Penjualan.

Kegiatan utama dalam perusahaan dagang adalah membeli dan menjual barang atau produk yang berwujud fisik menurut Rahmawati (2015:6). Dengan adanya transaksi penjualan sirkulasi produk dalam perusahaan akan terus berputar dan berpengaruh pada keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh sebab itu administrasi penjualan adalah proses dari seluruh pencatatan dan pengolahan data dalam seluruh kegiatan penjualan di suatu perusahaan meliputi proses pengadaan barang atau produk hingga produk sampai dan dikirim ke konsumen.

2. Konsep Penjualan.

Penjualan merupakan fungsi penting dalam pemasaran karena kegiatan pemasaran diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mencapai pasar yang dituju. Menurut Swastha (2007:183) Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Oleh karena itu perlu adanya konsep penjualan yang berperan penting dalam pencapaian tujuan/strategi perusahaan untuk menjual suatu produk yang dihasilkan perusahaan, dengan mempertimbangkan apa yang diinginkan pasar. Tiga

hal yang terkandung dalam konsep penjualan menurut Sumarni (2010:263) adalah:

- a. Tugas utama produsen adalah mencapai *volume* penjualan yang setinggi-tingginya.
- b. Konsumen harus didorong untuk membeli dengan berbagai cara peningkatan penjualan.
- c. Konsumen mungkin akan melakukan pembelian lagi dan walaupun tidak, masih ada konsumen yang lain.

3. *Direct Selling* (Penjualan Langsung).

Penjualan di PT Exxa menerapkan sistem *Direct Selling* (Penjualan Langsung) adalah metode penjualan dimana seseorang atau badan yang berhak untuk membeli dan / atau menjual produk dari perusahaan dan yang berhak untuk merekrut penjual langsung lainnya menurut WFDSA (*World Federation of Direct Selling Associations*) *Code of Ethics*. Penjual langsung pada umumnya memasarkan produk langsung ke konsumen yaitu melalui penjelasan atau demonstrasi produk dan jasa. Dalam sistem *direct selling* tenaga penjual dapat menjadi *independent* agen komersial, *independent* kontraktor, agen *independent* atau distributor, bekerja atau dipekerjakan perwakilan, atau perwakilan penjualan serupa lainnya dari perusahaan. Dengan memasarkan kembali produk yang telah dibeli oleh mitra, perusahaan akan memberikan komisi penjualan yang telah diperhitungkan oleh perusahaan.. Menurut Griffin (2006:281)

penjualan langsung merupakan strategi perusahaan yang menempatkan perwakilan penjualan guna memberikan bantuan teknis dan informasi produk secara detail kepada konsumen ketika melakukan penjualan. Penjualan produk dalam proses penjualan langsung ada lima, yaitu:

a. *Prospecting*/Mencari calon pelanggan.

Prospecting customer atau pencarian prospek yaitu proses pengidentifikasian pelanggan potensial menurut Ebert (2014:441). Karena tanpa melakukan *prospect* penjualan produk, seorang *member* tidak akan mendapatkan bonus dari bisnis tersebut. Tenaga penjual mencari prospek melalui catatan personel perusahaan, jejaring sosial, pelanggan, teman dan rekan bisnis. Prospek harus dinilai untuk dapat menentukan apakah calon konsumen tersebut memiliki wewenang membeli dan kemampuan untuk membayar.

b. Pendekatan.

Pendekatan merujuk pada beberapa menit pertama oleh tenaga penjual dengan prospek yang memenuhi kualifikasi. Proses pendekatan ini menentukan kredibilitas tenaga penjual yang menentukan keberhasilan dalam langkah-langkah selanjutnya. Oleh karena itu tenaga penjual harus tampil profesional dalam menyambut calon prospek dengan rasa percaya diri.

c. Presentasi dan demonstrasi.

Berikutnya, tenaga penjual melakukan presentasi yaitu penjelasan menyeluruh mengenai produk, fiturnya dan kegunaannya.

Dalam presentasi ini yang terpenting adalah mengaitkan manfaat produk dengan kebutuhan prospek yang bertujuan untuk mendorong minat prospek akan produk yang ditawarkan.

d. Penanganan keberatan.

Dalam proses demonstrasi setiap prospek pasti memiliki alasan keberatan. Bentuk dari rasa keberatan yang memungkinkan prospek untuk meminta diskon dari harga yang ditawarkan. Akan tetapi keberatan yang ditunjukkan bukan hanya menunjukkan ketertarikan calon pembeli tetapi juga menunjukkan bagian presentasi yang mengganggu.

e. Penutupan penjualan.

Pada intinya bagian terpenting dalam proses penjualan adalah penutupan penjualan (*closing*) yaitu dimana tenaga penjual melakukan tugas akhirnya dengan meminta prospek untuk membeli produk tersebut.

4. Manfaat Penjualan Langsung.

Adapun manfaat penjualan langsung menurut Kotler (2008:241) ada yaitu :

- a. Memudahkan konsumen dengan adanya layanan website 24 jam.
- b. Komitmen pemasar langsung kepada pelanggan.
- c. Pertumbuhan pengiriman produk melalui jasa ekspedisi semakin cepat dan mudah.

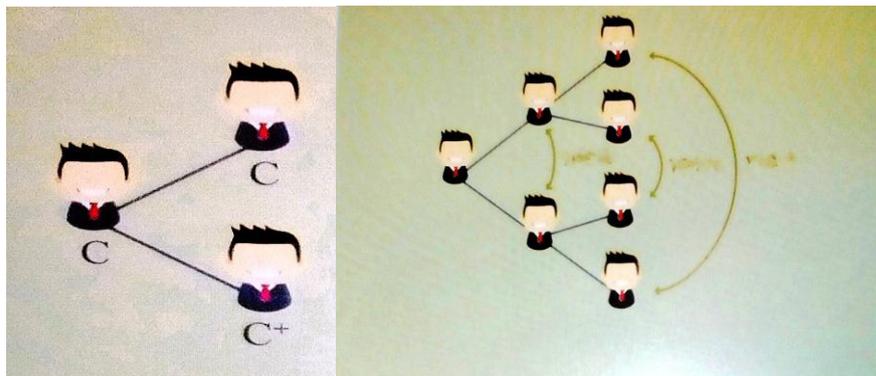
- d. Menciptakan peluang bagi pemasar langsung untuk mempromosikan produk kepada pelanggan yang tertarik.
- e. Pemasaran langsung dapat mengukur respon pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

B. Multilevel Marketing.

1. Pengertian Multilevel Marketing.

Pengertian dari multilevel marketing adalah pemasaran berjenjang (bahasa Inggris: Multi-level marketing; MLM) adalah strategi pemasaran di mana tenaga penjual (*sales*) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut. Menurut Robert T. Kiyosaki (2002:61) Sistem pemasaran jaringan adalah piramida terbalik sehingga puncak sistemnya terbuka bagi siapa saja. Tidak seperti sistem korporat tradisional yang berbentuk piramida, yang hanya mengizinkan satu orang mencapai puncak perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran jaringan dalam perusahaan MLM, setiap individu mempunyai peluang menciptakan aset/penghasilan sendiri. Yaitu, para pelaku bisnis yang berada pada tingkatan atas sering disebut sebagai *upline*. Yang lain bekerja di bawah *upline* dan tugas mereka kemudian adalah menciptakan para pelaku bisnis lainnya dan bekerja di bawah mereka atau yang sering disebut sebagai *downline*.

MLM adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *Upline* jika mempunyai *Downline*. Dan inti dari bisnis MLM ini adalah digerakkan dengan jaringan, baik yang sifatnya vertikal atas bawah maupun horizontal kiri-kanan atau pun bisa juga gabungan antara keduanya Sabiq (2005).



Sumber Internal PT Exxa Alam Global Surabaya.

Gambar 2.1 *Multilevel Marketing Tree*.

Dengan konsep pemasaran MLM perusahaan menyalurkan barang/produk tertentu kepada konsumen dengan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk terlibat dalam penjualan produk tersebut agar dapat menikmati keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan dalam konteks kemitraan atau sponsorisasi.

Dalam menjalankan bisnis MLM, perusahaan mengedukasi *member* untuk membuat pertemuan-pertemuan reguler yang tujuan adalah untuk

memberikan motivasi bagi para anggota MLM, mempresentasikan dan mengenalkan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan tujuan utama yaitu untuk mengajak calon mitra baru untuk bergabung dan memperluas jaringan pemasaran.

2. Jaringan Pemasaran.

Mengembangkan dan mempertahankan hubungan baik antara individu maupun dalam organisasi secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kesuksesan pemasaran dan pengembangan bisnis perusahaan melalui jaringan pemasaran. Menurut Kotler (2008:22) prinsip operasi jaringan pemasaran (*marketing network*) yaitu membangun jaringan hubungan yang efektif dengan para pemegang kepentingan kunci dan keuntungan akan mengikuti.

3. Perbedaan *Direct Selling* dan Sistem Piramida menurut WFDSA (*World Federation of Direct Selling Associations*) 2008 adalah:

The WFDSA menerangkan kebanyakan perusahaan penjualan langsung tidak memerlukan investasi yang besar dengan risiko kerugian keuangan sedangkan skema piramida sebagai penipuan ilegal. Dalam sistem *direct selling* bonus yang didapatkan terutama berasal dari penjualan produk atau jasa kepada konsumen dari produk-produk atau jasa, bukan melainkan dari hasil pemungutan dana yang bersumber dari perekrutan anggota. Dapat disimpulkan dari beberapa informasi

perbedaan yang bersumber dari WFDSA 2008 oleh APLI (Assosiasi Penjualan Langsung Indonesia) adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Perbedaan Direct Selling dan Sistem Piramida

No.	DIRECT SELLING	SISTEM PIRAMIDA
1.	Sudah dimasyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan sistem ini, bahkan ada pengusahanya yang ditangkap pihak yang berwajib.
2.	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	Hanya menguntungkan bagi orang-orang yang pertama atau bergabung lebih dahulu sebagai anggota atas kerugian yang menimpa pendaftar yang bergabung belakangan.
3.	Keuntungan dan keberhasilan Mitra Usaha ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk melakukan penjualan/ pembelian produk maupun jasa yang bernilai dari perusahaan serta memiliki manfaat/bernilai guna untuk konsumen/masyarakat banyak.	Keuntungan/keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak orang yang direkrut yang menyetorkan sejumlah uang sampai terbentuk satu format Piramida.
4.	Setiap orang hanya berhak menjadi	Setiap orang boleh menjadi anggota

	Mitra Usaha sebanyak satu kali saja.	berkali-kali dalam satu waktu tertentu, menjadi anggota disebut dengan membeli kavling. Jadi, setiap orang boleh membeli beberapa kavling.
5.	Biaya pendaftaran keanggotaan tidak terlalu mahal, masuk akal dan imbalannya adalah <i>Starter Kit/ Starter Package</i> (Paket Pemula) yang senilai. Biaya pendaftaran tidak dimaksudkan untuk memaksakan pembelian produk dan bukan alat untuk mencari keuntungan bagi perusahaan.	Biaya pendaftaran anggota tidak wajar dan sangat tinggi. Biasanya disertai dengan produk-produk yang jika dihitung harganya menjadi sangat mahal (tidak sesuai dengan produk sejenis yang ada di pasaran). Jika seorang anggota lebih banyak merekrut orang lain, maka barulah yang bersangkutan mendapatkan keuntungan, dengan kata lain keuntungan didapat dengan merekrut lebih banyak anggota, bukan dengan penjualan yang lebih banyak.
6.	Keuntungan yang didapat Mitra Usaha dihitung berdasarkan hasil penjualan dari setiap anggota jaringannya.	Keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan sistem perekrutan sampai terbentuk format tertentu.
7.	Jumlah orang yang direkrut anggota	Jumlah anggota yang direkrut

	tidak dibatasi, tetapi dianjurkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing.	dibatasi. Jika ingin merekrut lebih banyak lagi, ybs harus menjadi anggota (membeli kavling) lagi.
8.	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik dimana setiap Mitra Usaha harus terus melakukan pembinaan pengembangan penjualan/ pemasaran untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	Bukan merupakan suatu peluang usaha, karena yang dilakukan lebih menyerupai untung-untungan, dimana yang perlu dilakukan hanyalah membeli kavling dan selanjutnya hanyalah menunggu.
9.	Pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting, karena produk harus dijual sampai ke tangan konsumen.	Tidak ada pelatihan produk, sebab komoditas hanyalah perekrutan keanggotaan. Produk dalam sistem ini hanyalah bersifat sebagai kedok.
10.	Setiap <i>Upline</i> sangat berkepentingan dengan meningkatnya kualitas dari para <i>Downline</i> -nya, kesuksesan seorang Mitra Usaha dapat terjadi jika <i>Downline</i> -nya berhasil dan sukses.	Para <i>Upline</i> hanya mementingkan perekrutan orang baru saja. Apakah <i>Downline</i> berhasil atau tidak, bukanlah merupakan perhatian dari <i>Upline</i> .

Sumber Asosiasi Perdagangan Langsung Indonesia (2008).

4. Istilah-istilah dalam *Multilevel Marketing*.

a. *Leader*

Member perseorangan dengan peringkat tertentu yang membawahi lebih banyak *downline*, *member* akan menjadi *leader* dari kelompoknya.

b. *Downline*.

Member yang masuk atas rekrutan, anjuran, atau disponsori *member* lainnya (*upline*), dan berada dibawah *upline* dalam hirarki sistem MLM. *Member* bisnis MLM pertama kali akan menjadi *downline*, setelah berhasil merekrut anggota baru dibawahnya, maka *member* ini akan menjadi *upline* bagi anggota baru tersebut.

c. *Upline*.

Member yang melakukan perekrutan atau mensponsori *member* lainnya, dimana peringkat *upline* berada diatas *downline*. *Upline* akan mendapatkan bagian keuntungan dari *member* yang ada dibawahnya.

d. *Recruitment*.

Istilah untuk *upline* / distributor yang melakukan perekrutan *member* baru, sehingga mereka mendapatkan bonus sesuai *marketing plan* perusahaan.

e. *Sponsorship*.

Membantu untuk mendapatkan *downline* ke dalam jaringan.

f. *Stockiest.*

Distributor yang telah memenuhi syarat dan disetujui oleh perusahaan *Direct Selling/MLM (Multilevel Marketing)* untuk melayani penjualan produk kepada *member* lain.

g. *Marketing plan.*

Sering disebut juga sebagai bisnis plan, yakni hirarki sistem perhitungan bonus.

h. APLI

Kependekan dari Assosiasi Penjualan Langsung Indonesia, yakni organisasi yang menaungi perusahaan penjualan langsung di negeri ini.