



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



PENGARUH STRATEGI MARKETING DENGAN CARA PEMASARAN BERJENJANG (MLM) TERHADAP TINGKAT INCOME PT HNI-HPAI CABANG BUSINESS CENTER BEKASI 1

Disusun oleh:

Achmar Adrian Ramadhan
2004321062

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI D-III KEUANGAN DAN PERBANKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2023**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



**PENGARUH STRATEGI MARKETING
DENGAN CARA PEMASARAN BERJENJANG (MLM)
TERHADAP TINGKAT INCOME PT HNI-HPAI
CABANG BUSINESS CENTER BEKASI 1**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma III

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:

Achmar Adrian Ramadhan

2004321062

**PROGRAM STUDI D-III KEUANGAN DAN PERBANKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2023**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Achmar Adrian Ramadhan

NIM : 2004321062

Tanda tangan :



Tanggal : 17 Juli 2023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama Penyusun : Achmar Adrian Ramadhan
Nomor Induk Mahaiswa : 2004321062
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Strategi Marketing Dengan Cara Pemasaran Berjenjang (MLM) Terhadap Tingkat Income PT HNI-HPAI Cabang Business Center Bekasi 1

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Diploma III pada Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rahmanita Vidyasari, S.T., M.T. ()
Anggota Penguji : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 17 Juli 2023

Ketua Jurusan Akuntansi,




Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP. 196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Achmar Adrian Ramadhan
Nomor Induk Mahasiswa : 2004321062
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Strategi Marketing Dengan Cara Pemasaran Berjenjang (MLM) Terhadap Tingkat Income PT HNI-HPAI Cabang Business Center Bekasi 1

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

NIP. 199208092022032012

Ketua Program Studi

Lia Ekowati, S.Sos., M.P.A.

NIP. 197509301999032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga dilancarkannya dalam proses pembuatan Laporan Tugas Akhir. Dengan menafsirkan Allahumma sholli ala Muhammad wa ala ali Muhammad, penulis berpesan agar tidak pernah berhenti bermunajat dan berdoa kepada-Nya.

Penulis bersyukur telah mampu menyelesaikan Laporan Akhir pada kesempatan ini dan diberi judul "Pengaruh Strategi Marketing Dengan Cara Pemasaran Berjenjang (MLM) Terhadap Tingkat Income PT HNI-HPAI Cabang Business Center Bekasi 1". Laporan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (DIII) Keuangan & Perbankan jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu dan kemampuan penulis miliki. Untuk itu banyak pihak yang memberikan dukungan, saran serta bimbingan baik moral maupun materi selama penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sc. Zaenal Nur Arifin, Dip.-Ing. HTL, MT selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, SE.,MM. selaku Ketua Jurusan Akuntansi
3. Ibu Lia Ekowati, S.Sos, M.P.A. selaku Kepala Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan
4. Ibu Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak. selaku dosen pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan
5. Kedua orang tua yang banyak memberikan dukungan, doa, nasihat, motivasi dan bantuan baik moral maupun materi
6. Teman sekaligus sahabat Endah Lestari Ningrum yang banyak memberikan dukungan semangat jasmani dan rohani untuk terus mendorong saya mengerjakan Tugas Akhir
7. Sahabat-sahabat GERBATAN yang tidak akan terlupakan, karena telah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memberikan dukungan dari semester awal hingga semester akhir ini

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan rinci satu per satu yang telah membantu dan memberikan semangat serta motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala bantuan yang diberikan. Penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua amin. Mohon maaf atas segala kekurangan, kekhilafan dan kelemahan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang.

Depok, 10 Juli 2023

Mahasiswa,

(Achmar Adrian Ramadhan)

NIM. 2004321062

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Achmar Adrian Ramadhan
D3 Keuangan dan Perbankan

Pengaruh Strategi Marketing Dengan Cara Pemasaran Berjenjang (MLM) Terhadap Tingkat Income PT HNI-HPAI Cabang Business Center Bekasi 1

ABSTRAK

Pada PT HNI – HPAI jumlah kenaikan agen HNI-HPAI tidak sejalan dengan jumlah kenaikan pendapatan atau omset. Artinya omset itu tidak dipengaruhi oleh 1 faktor saja namun dipengaruhi oleh faktor-faktor lain misalkan terdapat fenomena penyakit Covid-19 dimana banyak orang yang membutuhkan obat-obatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari strategi marketing PT HNI – HPAI dengan pemasaran berjenjang terhadap tingkat income cabang di Business Center Bekasi 1, untuk mengetahui persentase dari skema pendapatan-pendapatan di Business Center Bekasi 1. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian metode kuantitatif dengan menggunakan program *SPSS 26 for windows*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisisioner dengan menyebarkan kepada *customer loyal business center bekasi 1*. Kesimpulan dari penelitian pengaruh strategi marketing PT. HNI – HPAI terhadap tingkat income cabang business center bekasi 1 dapat dikatakan berpengaruh positif antara kedua variabel secara parsial, dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang diartikan variabel strategi pemasaran berpengaruh terhadap tingkat income sebesar 16,3% serta sebesar 83,7% pengaruh dari variabel lain.

Kata Kunci: strategi marketing, pemasaran berjenjang, pendapatan

ABSTRACT

At PT HNI - HPAI, the increase in HNI-HPAI agents was not in line with the increase in income or turnover. This means that turnover is not influenced by just one factor but is influenced by other factors, for example there is the phenomenon of the Covid-19 disease where many people need medicines. This study aims to determine the effect of PT HNI - HPAI's marketing strategy with tiered marketing on the level of branch income at the Bekasi Business Center 1, to determine the percentage of the income-revenue scheme at the Bekasi Business Center 1. The type of research used is quantitative method research using SPSS 26 program for windows. The data collection technique used is a questionnaire/questionnaire by distributing it to loyal customers of the Bekasi Business Center 1. The conclusions from the research on the influence of the marketing strategy of PT. HNI - HPAI on the income level of the Bekasi 1 business center branch can be said to have a positive effect between the two variables partially, it can be seen from the results of the coefficient of determination test which means that the marketing strategy variable has an effect on the income level of 16.3% and 83.7% of the influence of another variable.

Keyword: marketing strategy, multi level marketing, income



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

	Halaman
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penulisan	1
1.2 Tujuan Penulisan	5
1.3 Manfaat Penulisan	6
1.4 Metode Penulisan.....	6
1.4.1 Jenis Data Yang Digunakan.....	6
1.4.2 Cara Pengumpulan Data.....	7
1.4.3 Instrumen Penelitian.....	7
1.4.4 Teknik Analisis Data.....	11
1.4.5 Metode Kajian/Pembahasan.....	12
1.4.6 Lokasi Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.2 Strategi Pemasaran Berjenjang (MLM).....	16
2.1.3 Pendapatan Member.....	18



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.2 Pengertian Pendapatan Bonus atau <i>Income</i>	18
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
3.1 Profil Perusahaan	19
3.2 Struktur Organisasi	21
3.3 Bidang Usaha Perusahaan.....	25
BAB IV PEMBAHASAN	27
4.1 Strategi Marketing dengan Cara Pemasaran Berjenjang di PT HNI – HPAI.....	27
4.2 Skema Pendapatan atau <i>Income Business Center</i>	30
4.3 Pengaruh Strategi Marketing Pemasaran Berjenjang (MLM) terhadap Income (Data Penelitian)	32
4.3.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	32
4.3.2 Analisis Frekuensi.....	37
4.3.3 Analisis Data	44
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	52
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	61

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Agen Seluruh Indonesia dan Tingkat Selisih.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Omset berdasarkan urutan 1-20 Business Center.....	3
Tabel 1.3 Skala Likert.....	7
Tabel 1.4 Kisi-kisi Instrumen.....	8
Tabel 4.1 Bonus Penjualan Business Center HNI-HPAI.....	31
Tabel 4.2 Bonus Pembelian Business Center HNI-HPAI.....	31
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.5 Responden berdasarkan Peringkat Mitra/Level Pribadi.....	34
Tabel 4.6 Responden berdasarkan Status Keniagaan.....	35
Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan Status Pernikahan.....	36
Tabel 4.8 Responden berdasarkan Penghasilan dari HNI.....	36
Tabel 4.9 Frekuensi Pemasaran Berjenjang (MLM).....	38
Tabel 4.10 Frekuensi Pengaruh terhadap Tingkat Income.....	41
Tabel 4.11 Uji Validitas Strategi Marketing	45
Tabel 4.12 Uji Validitas Tingkat Income	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas menggunakan Skewness & Kurtosis.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas.....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.18 Hasil Uj Regresi Linier Sederhana.....	51



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Distribusi Produk HNI-HPAI.....	22
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Business Center Bekasi 1.....	24





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Angket Penelitian.....	62
Lampiran 2. Pertanyaan Interview/Wawancara.....	71
Lampiran 3. Lembar Jawaban Pertanyaan dan Jawaban dalam Proses Interview/ Wawancara	72



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penulisan

Perusahaan herbal di Indonesia memiliki sejarah panjang dan berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Jamu tradisional sudah ada dalam berbagai bentuk sejak zaman dahulu, antara lain pada zaman Jepang, Bung Karno, dan tahun 1965 sampai saat ini. Setelah sebuah perusahaan jamu Jawa didirikan di Gentasari pada tahun 1990 ternyata bisnis jamu tersebut semakin berkembang sehingga berpengaruh terhadap industri jamu di Indonesia yang mengalami perkembangan yang signifikan pada tahun 1990-an sebagai akibat dari berdirinya banyak perusahaan jamu dan semakin populernya produk jamu. Beberapa perusahaan herbal ternama, seperti PT. Sido Muncul dan PT. Mustika Ratu telah beroperasi sejak saat itu dan terus tumbuh hingga saat ini. Agar perusahaan jamu dapat meningkatkan kegiatan produksinya, program pelatihan dan pendampingan pemerintah diluncurkan pada tahun 1974.

Menjual produk herbal lebih mengedepankan rasa kepercayaan dengan adanya testimoni yang dirasakan oleh konsumen secara langsung. Maka metode strategi pemasaran berjenjang (*multi-level marketing/MLM*) atau strategi pemasaran penjualan langsung (*direct selling*) mulai diperkenalkan pada tahun 1940 oleh perusahaan Earl Tupper yang mengembangkan produk wadah plastik atau yang dikenal dengan nama *Tupperware*. Pada tahun 1959 terbentuk perusahaan MLM yaitu *Amway* dimana salah satu perusahaan MLM terbesar dan paling terkenal di dunia serta merupakan perusahaan MLM yang masuk pertama kali ke Indonesia.

Menurut Charles W. King (2013) MLM adalah sistem distribusi di mana produk atau layanan dijual secara langsung kepada konsumen melalui jaringan distributor independen. Distributor mendapatkan komisi dari penjualan pribadi mereka dan dari penjualan anggota jaringan mereka. Strategi pemasaran berjenjang atau MLM memiliki 2 (dua) jenis yaitu Strategi Pemasaran



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berjenjang Konvensional dan Strategi Pemasaran Berjenjang Syariah, kedua strategi ini memiliki pengertian serta perbedaan akad yang berbeda juga. Herba Penawar Alwahida Indonesia mendapatkan sertifikat dari MUI sebagai salah satu perusahaan multi level marketing yang beroperasi sesuai dengan syariah Islam. Dengan menggunakan strategi pemasaran berjenjang (MLM) syariah PT Herba Penawar Alwahida Indonesia atau Halal Network International memiliki jumlah agen diseluruh Indonesia sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Agen HNI Seluruh Indonesia dan Tingkat Selisih

Tahun	2019	2020	2021	2022
Jumlah Agen	2.230.000	2.680.000	3.358.000	4.290.000
Tingkat Selisih Kenaikan/Penurunan	-	450.000	678.000	932.000

Sumber: Data sudah diolah oleh penulis

Dapat dilihat dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah agen HNI seluruh indonesia dan tingkat selisih kenaikan/penurunan. Hampir setiap tahun jumlah agen HNI selalu mengalami kenaikan. Jumlah agen pertama pada tahun 2019 sebesar 2.230.000 dan mengalami kenaikan pada tahun 2020. Pada tahun 2020 terjadi kenaikan jumlah agen sebesar 2.680.000 dengan tingkat selisih kenaikan dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 450.000. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan jumlah agen sebesar 3.358.000 dengan tingkat selisih kenaikan tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 678.000. Serta pada tahun 2022 terjadi kenaikan agen sebesar 4.290.000 dengan tingkat selisih kenaikan dari tahun 2021 ke tahun 2022 sebesar 932.000. Jumlah kenaikan tingkat selisih pada tahun 2022 merupakan jumlah tingkat selisih kenaikan tertinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 jumlah tingkat selisih kenaikan hanya sebesar 450.000 dapat dikatakan paling rendah dibandingkan jumlah tingkat selisih tahun 2021 dan 2022, hal tersebut dipengaruhi oleh virus COVID-19 serta diterapkannya peraturan darurat pemerintah tentang PSBB



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

disejumlah wilayah Indonesia sehingga agen HNI-HPAI tidak dapat menjalankan bisnisnya seperti sebelum masa pandemi. Masa peralihan pembatasan sosial pada tahun 2021 ke tahun 2022 dapat dikatakan sebagai selisih kenaikan tertinggi di tahun 2022 dikarenakan masa peralihan tentang pembatasan sosial dari PSBB menjadi PPKM yang membuat agen HNI dapat melakukan kegiatannya untuk mencari agen baru walaupun masih dalam pembatasan sosial.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan tingkat jumlah kenaikan agen tidak berbanding lurus dengan omset atau pendapatan yang didapat oleh *business center* dikarenakan pertumbuhan agen yang tidak selalu berdampak pada pembelian produk pada saat bergabung dengan PT HNI – HPAI, dengan contoh dalam 1 kartu keluarga mendaftarkan 4 orang yang menjadi agen HNI – HPAI namun pembelian yang dilakukan hanya 1 produk untuk 4 orang agen tersebut. Dari contoh tersebut berikut ini data total pendapatan penjualan berdasarkan urutan tertinggi 1-20 *Business Center*.

Tabel 1.2 Jumlah Omset berdasarkan urutan tertinggi 1-20 *Business Center*

Tahun	2019	2020	2021	2022
Jumlah Omset Penjualan (Jutaan Rupiah)	252.500	378.000	329.000	258.000
Tingkat Selisih Kenaikan/Penurunan (Jutaan Rupiah)		125.500	(49.000)	(71.000)

Sumber: Data sudah diolah oleh penulis

Dari data tabel 1.2 diatas menunjukkan jumlah omset berdasarkan urutan tertinggi 1-20 *Business Center*. Dimulai pada tahun 2019 jumlah omset mencapai 252,5 miliar dan mengalami kenaikan pada tahun 2020. Pada tahun 2020 terjadi kenaikan jumlah omset penjualan tertinggi sebesar 378 miliar dengan tingkat kenaikan selisih dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 125,5 miliar, walaupun terjadi penurunan jumlah rekrutan agen baru pada tahun 2020



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang disebabkan karena terjadinya pandemi COVID-19 dimana masyarakat banyak yang membeli dan membutuhkan obat-obatan herbal untuk proses penyembuhan yang terkena virus COVID-19 serta menjaga imunitas agar tidak terkena varian virus *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) dengan cara banyak menyimpan obat-obatan di rumah. Pada tahun 2021 terjadi penurunan jumlah omset penjualan sebesar 329 miliar dengan tingkat penurunan selisih dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 49 miliar. Serta pada tahun 2022 terjadi penurunan jumlah omset penjualan sebesar 258 miliar dengan tingkat penurunan selisih dari tahun sebelumnya sebesar 71 miliar, hal tersebut terjadi dikarenakan konsumen-konsumen yang sudah menemukan berbagai macam jenis obat-obatan herbal baik itu produk baru ataupun produk lama maka dari itu terdapat pilihan yang bervariasi yang memiliki perbedaan dari segi harga dan kualitas produk. Jumlah omset awal pada tahun 2019 sebesar 252,5 miliar dan jumlah omset terakhir pada tahun 2022 sebesar 258 miliar hal tersebut menunjukkan pada dasarnya jumlah omset normal terdapat pada kisaran jumlah tersebut, namun pada tahun 2020 dan 2021 jumlah omset mengalami kenaikan yang signifikan dikarenakan adanya suatu fenomena yaitu penyebaran penyakit COVID-19.

Penelitian terdahulu yang dilakukan *Pertama*, oleh Nita Nurjanah (2019) dalam penelitian skripsi yang berjudul “*Pengaruh Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Terhadap Karakteristik Individu*”. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan karakteristik individu dapat mempengaruhi strategi pemasaran secara positif hingga sebesar 20,1% dan 8,1% tergantung pada perubahan variabel strategi pemasaran, sedangkan sisanya sebesar 91,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kedua, oleh Siti Aisyah (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Pemasaran HNI-HPAI dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*”. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan jumlah konsumen HNI-HPAI harus sering dilakukan beberapa kegiatan yaitu seperti “GESIT” (GEMar Silaturahmi produkTif), “PCA” (Pakai Cerita Ajak), Mengadakan “*Home Sharing*”, Mengikuti Event (Bazar, CFD, menjadi sponsor



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diacara seminar), dan Optimalisasi Sosial Media (Sosmed) seperti *Facebook, WhatsApp, Instagram*.

Ketiga, oleh Yusniar (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Strategi Marketing PT HNI-HPAI Terhadap Tingkat Income Agency Produk Syariah di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia*”. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran HNI-HPAI berbeda dengan sistem pemasaran MLM lainnya, karena dalam PT HNI-HPAI *customer* atau agen tidak diwajibkan untuk melakukan pembelian produk ke upline saja dan ada 4 strategi yang dilakukan yaitu *pull strategy* (menarik), *push strategy* (pendorong), *pass strategy* (lulus) dan *Home Sharing* untuk hubungan masyarakat.

Keempat, oleh Siti Amalia (2022) dalam penelitian skripsi yang berjudul “*Strategi Penjualan Produk HNI-HPAI dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa akad *Wakalah bil Ujrah* yang digunakan menunjukkan penjualan produk HNI-HPAI sesuai dengan hukum ekonomi syariah. Agar agen dapat maju dan menerima pendapatan yang lebih besar atas usahanya sendiri, perusahaan diharuskan memberikan bonus jika agen memenuhi dan melampaui target penjualannya.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan dari latar belakang, oleh sebab itu dilakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Strategi Marketing Dengan Cara Pemasaran Berjenjang (MLM) Terhadap Tingkat Income PT. HNI HPAI Cabang Business Center Bekasi 1”

1.2 Tujuan Penulisan

Adapun penulisan ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh strategi marketing dengan cara pemasaran berjenjang (MLM) di PT HNI – HPAI Cabang *Business Center* Bekasi 1
2. Mengetahui skema tingkat *income* di PT HNI – HPAI Cabang *Business Center* Bekasi 1
3. Mengetahui pengaruh strategi marketing dengan cara pemasaran berjenjang (MLM) terhadap *income* atau pendapatan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan tugas akhir dari penelitian ini adalah :

- a. Dapat memahami dan mempelajari strategi marketing pemasaran berjenjang (MLM) pada PT HNI – HPAI Cabang *Business Center* Bekasi 1
- b. Dapat memahami dan mempelajari tentang gambaran skema tingkat income pada PT HNI – HPAI Cabang *Business Center* Bekasi 1
- c. Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh strategi marketing terhadap *income* atau pendapatan PT HNI – HPAI Cabang *Business Center* Bekasi 1

1.4 Metode Penulisan

1.4.1 Jenis Data Yang Digunakan

Jenis data yang digunakan untuk menganalisa penelitian ini adalah data kuantitatif dimana data ini merupakan data yang berbentuk angka yang didapatkan dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data yang digunakan terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan serta digali dari sumber utamanya atau sumber asli. Data primer yang didapatkan bersumber dari hasil kuisisioner (angket). Menurut Sugiyono (2017:91) dalam penentuan jumlah sampel yang layak untuk penelitian harus berkisar antara 30 sampai 500, sampel harus dibagi menjadi kategori dengan minimal 30 anggota setiap kategori, dan jika penelitian menggunakan analisis *multivariate* yaitu korelasi atau regresi ganda, maka jumlah sampel harus sepuluh kali jumlah variabel yang diteliti. Jika variabel penelitian adalah 4 (independen + dependen), jumlah anggota sampel akan menjadi 40 jika $10 \text{ kali } 4 = 40$. Populasi dalam penelitian ini adalah 50 responden yaitu customer loyal *Business Center* Bekasi 1.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak didapatkan dari sumber pertama. Dalam penelitian ini mengumpulkan data dengan

memanfaatkan data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data tersebut dapat berasal dari jurnal, buku ataupun artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

1.4.2 Cara Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, diadakan *interview*/wawancara dan mengadakan kuesioner (angket) kepada pihak-pihak terkait yang dapat memberikan informasi tentang penelitian mengenai strategi marketing HNI – HPAI dan *income Business Center* Bekasi 1. Interview/wawancara ini dilakukan dengan *owner*, *supervisor*, dan kepala cabang *business center* bekasi 1 dan angket yang diberikan kepada sampel adalah angket dengan skala likert seperti yang tertera pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4

1.4.3 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis kuisisioner/angket yang biasa digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Laporan tugas akhir ini terlebih dahulu menyusun kisi-kisi instrumen dengan kriteria sebagai berikut untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1.4 Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan/Pertanyaan	Nomor Item
Strategi Marketing Pemasaran Berjenjang (X)	Produk (<i>Product</i>)	1. Banyak orang yang mengenal produk HNI	1,2,3,4
		2. Produk HNI terjamin kehalalannya	
		3. Produk HNI dapat menarik minat Anda untuk menggunakannya	
		4. Produk baru dari HNI dapat membuat Anda lebih menikmati produk tersebut	
	Harga (<i>Price</i>)	1. Harga produk HNI sebanding dengan manfaat produk yang Anda dapatkan	1
	Lokasi (<i>Place</i>)	1. Lokasi Business Center HNI mempengaruhi Anda untuk melakukan pembelian produk HNI	1
	Promosi (<i>Promotion</i>)	1. Banyak agen yang mengetahui Agenda Home Sharing 2. Banyak agen yang mengenal Business Center	1,2,3,4,5

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		<p>Bekasi 1 dari Agenda Home Sharing</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Banyak agen yang mengenal produk HNI dari Home Sharing 4. Banyak agen yang mengenal istilah PCA (Pakai, Cerita, Ajak) 5. Strategi promosi menggunakan PCA (Pakai Cerita Ajak) itu efektif 	
<p>Tingkat Income Business Center Bekasi 1 (Y)</p>	<p>Pengaruh Poin Produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah menurut anda poin produk HNI sebanding dengan harga jual produknya? 2. Cashback dari poin produk HNI yang anda dapatkan sebanding dengan uang yang anda keluarkan 3. Income Business Center Bekasi 1 didapatkan dari keuntungan poin-poin produk yang anda beli 4. Income Business Center Bekasi 1 akan berkurang jika anda beli menggunakan cashback dari poin produk yang anda beli 	<p>1,2,3,4</p>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<p>Status Keagenan Pribadi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Status atau level keagenan anda mempengaruhi tingkat income business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1 2. Pendapatan persenan bonus pribadi anda mempengaruhi pendapatan business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1 3. Apakah menurut anda pendapatan Business Center Bekasi 1 itu berasal dari keuntungan persenan status keagenan atau level anda? 	<p>1,2,3</p>
<p>Status Niaga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Status atau level niaga (SC, DC, AC) mempengaruhi tingkat income Business Center Bekasi 1 2. Apabila status keniagaan SC lebih banyak melakukan transaksi pembelian dibandingkan DC ataupun AC maka pendapatan Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi 	<p>1,2,3</p>

		3. Tingkat income Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi jika sering melakukan penjualan kepada Agen Baru ataupun SC	
--	--	--	--

1.4.4 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data
 - a) Uji Validitas merupakan alat ukur kemampuan metode penelitian untuk mengukur keepatan secara akurat dan valid ditentukan antara hubungan variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).
 - b) Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menilai konsistensi dan keandalan alat pengukuran atau teknik penelitian dalam menghasilkan hasil yang sebanding bila diterapkan berulang kali di lingkungan yang sama.
2. Uji Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data dalam suatu sampel atau populasi berdistribusi normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Asumsi distribusi normal data diperlukan untuk beberapa metode statistik, yang membuat uji normalitas penting dalam banyak analisis statistik.
 - b) Uji Linieritas digunakan untuk memeriksa apakah hubungan antara dua variabel dalam analisis regresi bersifat linier. Uji ini mengevaluasi apakah hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat) dapat dikatakan memiliki keterikatan garis lurus atau tidak.
3. Uji Hipotesis dan Regresi Linier Sederhana
 - a) Uji Hipotesis

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- i. Uji T (t-test) adalah bentuk statistik uji yang sering muncul dalam permasalahan statistik didunia nyata. Uji ini dapat digunakan untuk menentukan apakah hipotesis yang dibuat itu benar atau tidak.
 - ii. Koefisien Determinasi R^2 adalah satu dari nilai statistik yang dapat digunakan sebagai alat uji apakah kedua variabel memiliki hubungan pengaruh satu sama lain. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.
- b) Analisis Regresi linier Sederhana merupakan metode regresi linier sederhana yang digunakan untuk melihat tingkat pengaruh variabel independen (variabel bebas) pada variabel dependen (variabel terikat).

1.4.5 Metode Kajian/Pembahasan

Laporan tugas akhir ini memilih menggunakan metode data kuantitatif deskriptif dengan pendekatan korelasional yaitu data yang diperoleh berasal dari data primer dan data sekunder yang didapatkan dari beberapa sampel dan populasi. Bersifat deskriptif karena dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar dimana data ini berupa pendapat atau hasil kuesioner.

1.4.6 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah PT. Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI – HPAI) cabang Business Center Bekasi 1 Tambun Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan laporan ini sesuai dengan sistematis dan terarah sesuai dengan panduan pembuatan Laporan Tugas Akhir Politeknik Negeri Jakarta maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I ini berisi dengan memberikan ringkasan gambaran tentang masalah, tujuan dan manfaat, serta proses penulisan yang digunakan untuk membuat laporan akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini berisi dengan memberikan teori-teori yang relevan yang menjadi dasar studi dalam penelitian yang dilakukan berupa text book ataupun referensi-referensi untuk membangun konsep atau teori penulisan laporan tugas akhir.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab III ini berisi dengan menggambarkan profil dari perusahaan, mulai dari sejarah perusahaan, profil organisasi, serta bidang usaha perusahaan PT. Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI – HPAI).

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab IV ini berisi dengan memberikan pembahasan yang berkaitan dengan tujuan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan pada bab V dan saran berisi tentang mengenai penelitian persentase hubungan antara strategi pemasaran berjenjang dengan tingkat pendapatan business center Bekasi 1 dimuat dalam bab ini, yang sekaligus menjadi kesimpulan bab tersebut.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya peneliti telah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Strategi marketing pemasaran berjenjang (MLM) di PT HNI-HPAI cabang Business Center Bekasi 1 dengan menggunakan metode 4P dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan untuk *product* dengan memanfaatkan keanekaragaman yang telah disediakan oleh PT HNI-HPAI sendiri, strategi *price* atau harga yang digunakan hanya mengikuti dari ketentuan kantor pusat & hanya dibedakan dengan harga *member* dan *non member* saja, *place* atau lokasi strategi digunakan sesuai dengan standar ketentuan kantor pusat dengan berlokasi dipinggir jalan raya dan lain-lain, serta yang terakhir *promotion* untuk promosi ini business center bekasi 1 berinisiatif dengan sering melakukan agenda *home sharing* dan membentuk tim kreatif untuk mengelola media sosial hal tersebut sangat berpengaruh dengan seringnya dilakukan agenda promosi tersebut maka akan berpengaruh terhadap jumlah agen-agen baru yang ingin bergabung atau agen-agen yang baru mau mengikuti bisnis HNI dengan naik menjadi tingkatan pertama yaitu manajer. Hal tersebut tergambarkan pada jumlah Agen Baru yang lebih banyak sebesar 28% dan diikuti oleh jumlah Manajer sebesar 20% dibandingkan peringkat mitra lainnya.
2. Skema tingkat *income* di PT HNI-HPAI cabang Business Center Bekasi 1 ini akan terpengaruh besar dari naik atau turunnya yang disebabkan oleh banyak hal yaitu dari proses pengenalan produk kepada agen, harga produk, manfaat produk, eksistensi produk HNI di pasar, kegiatan promosi yang sering atau tidaknya dilakukan oleh *Business Center*, serta perbedaan jumlah omset tiap bulannya yang akan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mempengaruhi persenan yang dapat dilihat berdasarkan skema tingkat *income business center*. Untuk skema tingkat *income* atau pendapatan yang didapatkan oleh *business center* dalam transaksi penjualan adalah sebagai berikut transaksi kepada *agency center* (AC) akan mendapatkan 2%, *distribution center* (DC) akan mendapatkan 5%, *stockist center* (SC) akan mendapatkan 7%, dan agen biasa (AB) akan mendapatkan 18%.

3. Pengaruh dari strategi *marketing* pemasaran berjenjang (MLM) berdasarkan 4P terhadap tingkat *income* PT HNI-HPAI cabang *Business Center* Bekasi 1. Dapat disimpulkan bahwa strategi *marketing* dengan cara pemasaran berjenjang berpengaruh *positif* terhadap tingkat *income* dengan pengaruh sebesar 16,3% dan sebesar 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain serta hasil peningkatan apabila nilai strategi *marketing* pemasaran berjenjang nilainya (0) maka tingkat *income* yang didapatkan sebesar 10,063 namun jika nilai strategi pemasaran berjenjang nilainya (1) maka tingkat *income* yang didapatkan sebesar 10,683. Hal tersebut sejalan dengan penelitian bahwa pengaruh strategi *marketing* pemasaran berjenjang terhadap tingkat *income* bersifat linier dan berpengaruh *positif*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, laporan tugas akhir ini memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. *Business Center* Bekasi 1

Business center bekasi 1 di Tambun Utara perlu mempertahankan strategi *marketing* sesuai dengan arahan dari kantor pusat khususnya dibagian promosi dengan cara sering melakukan *homesharing* yang dilakukan di *business center* agar lebih memperkenalkan *business center* bekasi 1 kepada mitra atau agen baru serta perlu ditingkatkan lagi untuk promosi lokasi *business center* dengan tidak hanya melakukan agenda *homesharing* tapi meningkatkan lokasi *business center* bekasi 1 agar lebih

terlihat oleh masyarakat yang belum tahu lokasi pasti dan standar keamanan parkir. Serta *business center* bekasi 1 harus mampu mempertahankan *customer loyal* agar tetap berbelanja di *Business Center* Bekasi 1.

2. Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat lebih memperhatikan ruang lingkup jarak antar agen stok baik itu *stockist center*, *distribution center*, *agency center* maupun *business center*.

3. Peneliti lain

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi tingkat income atau pendapatan dari *business center* bekasi 1 dan memperluas variabel dependen lainnya.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, A. (2013). *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Bukhari Alma. (2002). *Manajemen dan Pemasaran Jasa, cet. IV*. Bandung: Alfabeta.
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Castrawijaya, C. (2013). *Etika Bisnis MLM Syariah*. Tangerang Selatan: Sedaun.
- David. (2004). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewan Syariah Nasional. (2010). *Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 83/DSN-MUI/VI/2010 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah*.
- Fandy, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Gitosudarmo, I. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Kuswara. (2005). *Mengenal MLM Syari'ah*. Depok: Qultum Media.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium I*. Jakarta: Pehallindo.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: Wiley.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marbun, B. N. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mustiko, H. A. (2021). *Pemasaran Syariah: Apa yang Berbeda dengan Model Konvensional?*. <https://fecon.uui.ac.id>. (Diakses pada 30 Mei 2023).
- Mohamadi, F. R. (2023). *Strategi Pemasaran Produk yang Harus Anda Coba*. <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-yang-harus-anda-coba/>. (Diakses pada 10 April 2023).
- Agung Y. (2019). *Panduan Sukses HNI-HPAI*. Jakarta Timur: HNI Group.
- Pallant, J. (2016). *SPSS Survival Manual*. London: McGraw-Hill Education.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- P2K STEKOM. (2020). *Pemasaran Berjenjang*. <https://p2k.stekom.ac.id>. (Diakses pada 29 Mei 2023)
- Roen, F. (2012). *Teori dan Perilaku Organisasi Bisnis Penjualan Langsung*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Simamorang, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi 4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soemarso, S. R. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar, Edisi Lima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekartawi. (2012). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Widiyanti, H. (2005). *Sejarah Perkembangan Industri Jamu Tradisional dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Gentasari Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap Tahun 1990-2002*. Jurusan Sejarah Universitas Negeri Semarang. 34-36. <http://lib.unnes.ac.id/380/1/1091.pdf>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 1. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN PENGARUH STRATEGI MARKETING PEMASARAN DENGAN CARA PEMASARAN BERJENJANG TERHADAP TINGKAT INCOME PT HNI- HPAI CABANG BUSINESS CENTER BEKASI 1

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Achmar Adrian Ramadhan mahasiswa Akuntansi Program Studi D3 Keuangan & Perbankan dari Politeknik Negeri Jakarta. Saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir. Untuk itu saya berharap kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi beberapa pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini. Adapun informasi atau data yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

"Barang siapa yang menolong kesusahan orang muslim, maka Allah ta'ala akan menolongnya dari kesusahan pada hari kiamat." (HR. Bukhari)

Atas Kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Tata Cara Pengisian :

Anda hanya akan memilih jawaban sesuai dengan pendapat Anda. Berikut adalah keterangan dari nomor yang akan Anda pilih.

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

IDENTITAS RESPONDEN

- Nama Lengkap :
- Jenia Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki
- Usia : a. 17-25 tahun b. 26-35 tahun
c. 36-45 tahun d. 46-60 tahun
e. > 60 tahun
- Peringkat Mitra/Level pribadi : a. Agen Baru b. Manajer
c. Senior Manajer d. Eksekutif Manajer
e. Direktur
f. Senior Direktur
g. Eksekutif Direktur
- Status Pernikahan : a. Nikah b. Belum Nikah
- Penghasilan Dari HNI : a. < 500.000 b. 600.000 – 1.000.000
c. 1.100.000 – 2.500.000
d. 2.600.000 – 5.000.000
e. > 5.000.000

Strategi Marketing Pemasaran Berjenjang 4P (X)

No		STS	TS	S	SS
1	Banyak orang yang mengenal produk HNI				
2	Produk HNI terjamin kehalalannya				
3	Produk HNI dapat menarik minat Anda untuk menggunakannya				
4	Produk baru dari HNI dapat membuat Anda lebih menikmati produk tersebut				
5	Harga produk HNI sebanding dengan manfaat produk yang Anda dapatkan				
6	Lokasi Business Center HNI mempengaruhi Anda untuk melakukan pembelian produk HNI				
7	Banyak agen yang mengetahui Agenda Home Sharing				

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Banyak agen yang mengenal Business Center Bekasi 1 dari Agenda Home Sharing				
9	Banyak agen yang mengenal produk HNI dari Home Sharing				
10	Banyak agen yang mengenal istilah PCA (Pakai, Cerita, Ajak)				
11	Strategi promosi menggunakan PCA (Pakai Cerita Ajak) itu efektif				

Tingkat Income PT HNI-HPAI cabang Business Center Bekasi 1

No		STS	TS	S	SS
1	Apakah menurut anda poin produk HNI sebanding dengan harga jual produknya?				
2	Cashback dari poin produk HNI yang anda dapatkan sebanding dengan uang yang anda keluarkan				
3	Income Business Center Bekasi 1 didapatkan dari keuntungan poin-poin produk yang anda beli				
4	Income Business Center Bekasi 1 akan berkurang jika anda beli menggunakan cashback dari poin produk yang anda beli				
5	Status atau level keagenan anda mempengaruhi tingkat income business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1				
6	Pendapatan persenan bonus pribadi anda mempengaruhi pendapatan business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1				
7	Apakah menurut anda pendapatan Business				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Center Bekasi 1 itu berasal dari keuntungan persenan status keagenan atau level anda?				
8	Status atau level niaga (AB, SC, DC, AC) mempengaruhi tingkat income Business Center Bekasi 1				
9	Apabila status keniagaan SC lebih banyak melakukan transaksi pembelian dibandingkan DC ataupun AC maka pendapatan Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi				
10	Tingkat income Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi jika sering melakukan penjualan kepada Agen Baru ataupun SC				

Angket Penelitian pada Google Form

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 00 Setelan Kirim

Bagian 1 dari 4

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Income

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,
Perkenalkan saya Achmar Adrian Ramadhan mahasiswa Akuntansi Program Studi D3 Keuangan & Perbankan dari Politeknik Negeri Jakarta. Saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir. Untuk itu saya berharap kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi beberapa pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini. Adapun informasi atau data yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

"Barang siapa yang menolong kesusahan orang muslim, maka Allah ta'ala akan menolongnya dari kesusahan pada hari kiamat." (HR. Bukhari)

Atas Kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Biodata Lengkap Responden

Informasi atau data yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian

Nama Lengkap

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

Perempuan

Laki-laki

Usia *

17-25 Tahun

26-35 Tahun

36-45 Tahun

46-60 Tahun

> 60 Tahun

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Peringkat Mitra / Level Pribadi *

Agen Baru

Manajer

Senior Manajer

Eksekutif Manajer

Direktur

Senior Direktur

Eksekutif Direktur

Status Keniagaan

AB (Agen Biasa)

SC (Stockist Center)

DC (Distributor Center)

AC (Agency Center)



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Status Pernikahan *

Nikah

Belum Nikah

Penghasilan Dari HNI *

< 500.000

600.000 - 1.000.000

1.100.000 - 2.500.000

2.600.000 - 5.000.000

> 5.000.000

Setelah bagian 2 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 3 dari 4

Strategi Marketing 4P (Product, Price, Place, Promotion)

Kuisisioner ini dibuat dan di isi khusus oleh customer Business Center Bekasi 1. Tujuan dibuat kuisisioner ini untuk mengetahui tingkat income Business Center Bekasi 1 berdasarkan strategi marketing 4P (Product, Price, Place, Promotion).

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Bagian 3 dari 4

Strategi Marketing 4P (Product, Price, Place, Promotion)

Kuisisioner ini dibuat dan di isi khusus oleh customer Business Center Bekasi 1. Tujuan dibuat kuisisioner ini untuk mengetahui tingkat income Business Center Bekasi 1 berdasarkan strategi marketing 4P (Product, Price, Place, Promotion).

TATA CARA PENGISIAN

Anda hanya akan memilih jawaban sesuai dengan pendapat Anda. Berikut adalah keterangan dari nomor yang akan Anda pilih.

1 : Sangat Tidak Setuju
2 : Tidak Setuju
3 : Setuju
4 : Sangat Setuju

Banyak orang yang mengenal produk HNI *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Produk HNI terjamin kehalalannya *

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Produk HNI dapat menarik minat Anda untuk menggunakannya *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Produk baru dari HNI dapat membuat Anda lebih menikmati produk tersebut *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

...

Harga produk HNI sebanding dengan manfaat produk yang Anda dapatkan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Lokasi Business Center HNI mempengaruhi Anda untuk melakukan pembelian produk HNI *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Banyak agen yang mengetahui Agenda Home Sharing *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Banyak agen yang mengenal Business Center Bekasi 1 dari Agenda Home Sharing *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

...

Banyak agen yang mengenal produk HNI dari Home Sharing *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Banyak agen yang mengenal istilah PCA (Pakai, Cerita, Ajak) *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Strategi promosi menggunakan PCA (Pakai Cerita Ajak) itu efektif *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 4 dari 4

Pengaruh Strategi Marketing Terhadap Income

Deskripsi (opsional)

Apakah menurut anda poin produk HNI sebanding dengan harga jual produknya? *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

Cashback dari poin produk HNI yang anda dapatkan sebanding dengan uang yang anda keluarkan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Income Business Center Bekasi 1 didapatkan dari keuntungan poin-poin produk yang anda beli *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Income Business Center Bekasi 1 akan berkurang jika anda beli menggunakan cashback dari poin produk yang anda beli *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan Kirim

Status atau level keagenan anda mempengaruhi tingkat income business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pendapatan pesenan bonus pribadi anda mempengaruhi pendapatan business center bekasi 1 dalam penjualan BC Bekasi 1

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Apakah menurut anda pendapatan Business Center Bekasi 1 itu berasal dari keuntungan pesenan status keagenan atau level anda?

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Formulir tanpa judul ☆

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan Kirim

Status atau level niaga (AB, SC, DC, AC) mempengaruhi tingkat income Business Center Bekasi 1

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Apabila status keniagaan SC lebih banyak melakukan transaksi pembelian dibandingkan DC ataupun AC maka pendapatan Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Tingkat income Business Center Bekasi 1 akan lebih tinggi jika sering melakukan penjualan kepada Agen Baru ataupun SC

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Pertanyaan Interview/Wawancara

1. Berapa jumlah agen HNI seluruh indonesia dari tahun 2019-2022?
2. Berapa jumlah omset business center urutan teratas 1-20 dari tahun 2019-2022?
3. Bagaimana jalur pendistribusian produk HNI dari kantor pusat hingga sampai kekonsumen?
4. Bagaimana skema pendapatan dari business center?
5. Bagaimana cara business center bekasi 1 menerapkan strategi marketing mix 4P (*product, price, place, dan promotion*)

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 3. Lembar Jawaban Pertanyaan dan Jawaban dalam Proses Interview/Wawancara

Pertanyaan dari pewawancara	Jawaban dari narasumber
1. Berapa jumlah agen HNI seluruh indonesia dari tahun 2019-2022?	Peningkatan jumlah agen HNI seluruh indonesia bertambah setiap tahunnya pada tahun 2019 saat itu jumlah agen HNI berjumlah dikisaran 2.230.000 dan selalu ada peningkatan, untuk tahun 2020 pada saat masa pandemi Covid-19 terjadi peningkatan jumlah agen sebesar kisaran 2.680.000, hal tersebut terjadi juga pada tahun 2021 peningkatan jumlah agen dikisaran 3.358.00, serta untuk tahun 2022 dengan didorongnya kepercayaan masyarakat terhadap produk HNI pasca Covid-19 kembali mendorong peningkatan terhadap jumlah agen sebesar 4.290.000.
2. Berapa jumlah omset business center urutan teratas 1-20 dari tahun 2019-2022?	Dilihat dari informasi yang diberikan PT. HNI-HPAI terhadap omset business center pada tahun 2019 rata-rata pendapatan omset business center sebesar 252.500.000.000 setelah terjadi pandemi Covid-19 terdapat kenaikan omset business center yang sangat signifikan yaitu pada tahun 2020 sebesar 378.000.000.000 disebabkan penggunaan produk HNI untuk pengobatan dan perawatan masyarakat yang terkena penyakit Covid-19, seiring dengan turunnya angka pasien yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	<p>terkena Covid-19 berdampak juga terhadap omset business center yang menurun pada tahun 2021 omset business center sebesar 329.000.000.000 kemudian pada tahun 2022 setelah pandemi Covid-19 turun drastis mengembalikan omset business center kembali sebelum terjadinya pandemi Covid-19 yaitu 258.000.000.000</p>
<p>3. Bagaimana jalur pendistribusian produk HNI dari kantor pusat hingga sampai kekonsumen?</p>	<p>Jalur distribusi produk diawali dengan kantor pusat mendata kebutuhan stok produk yang akan dijual kemudian kantor pusat melakukan perintah produksi ke pabrik untuk membuat produk yang akan didistribusikan setelah pabrik selesai memproduksi produk, produk dikirimkan ke sub warehouse untuk disimpan sebelum didistribusikan ke business center. Setelah business center melakukan order ke PT HNI-HPAI produk yang diorder tersebut kemudian dikirimkan dari sub warehouse ke business center. Business center dapat menjual langsung produk kepada agen biasa ataupun status niaga dibawahnya (AC,DC,SC).</p>
<p>4. Bagaimana skema pendapatan dari business center?</p>	<p>Pendapatan business center didapat dari 2 transaksi (penjualan dan pembelian). Dari penjualan business center mendapatkan pendapatan dari bonus penjualan yang ditetapkan oleh PT HNI-HPAI sebesar 2% untuk agency center, 5% untuk distributor</p>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	<p>center, 7% untuk stockist center, dan 18% untuk agen biasa, bonus ini keluar ketika business center melakukan setiap transaksi penjualan. Kemudian untuk pembelian business center mendapatkan 2 bonus yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bonus discount, bonus ini didapatkan oleh business center bekasi 1 setiap melakukan pembelian kepada PT HNI-HPAI mendapatkan discount 1%. 2. Bonus omset, bonus ini diberikan oleh PT HNI-HPAI terhadap business center bekasi 1 setelah melakukan pembelian selama satu bulan, bonus omset yang didapatkan setelah business center melakukan pembelian terhadap PT HNI-HPAI dengan plafon Rp. 0 – Rp. 399.999.999 bonus yang didapat sebesar 3% kemudian dari Rp. 400.000.000 – Rp.499.999.999 bonus yang didapat 3,5% diatas pembelian 500.000.000 bonus yang didapat business center bekasi 1 sebesar 4% dari total omset pembelian terhadap PT HNI-HPAI.
<p>5. Bagaimana cara business center bekasi 1 menerapkan strategi marketing mix 4P (<i>product, price, place, dan promotion</i>)</p>	<p>1. Marketing mix produk yang business center bekasi 1 gunakan sebenarnya lebih kepada memanfaatkan keberagaman produk HNI-HPAI saja, dengan adanya kategori-kategori produk seperti produk herbal kesehatan, health food & beverage, cosmetic & home care, fashion</p>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	<p>& lifestyle, dan tools marketing. Semua kategori produk tersebut harus kita kuasai dan ketahui untuk manfaat dan kegunaannya agar jika ada konsumen bertanya kita bisa tahu dan menjelaskan produknya dengan baik, untuk itu kita mendapatkan pelatihan edukasi produk yang diberi tahu oleh konten youtube HNI-HPAI ataupun bertanya kepada leader-leader HNI yang lebih berpengalaman.</p> <p>2. Untuk strategi marketing mix berhubungan dengan price, kami di business center bekasi 1 diwajibkan hanya memberi harga dalam 2 kategori yaitu harga member dan non member/konsumen. Kedua harga tersebut berasal dari ketentuan kantor pusat yang harus diterapkan juga baik itu di business center manapun atau agenstok dibawah business center. Untuk masing-masing selisih harga memiliki perbedaan satu sama lain baik itu antara produk dengan kategori yang sejenis ataupun tidak sejenis.</p> <p>3. Dalam marketing mix berhubungan dengan place atau lokasi business center, kantor pusat juga memiliki ketentuan dan kewajiban sebagai syarat wajib untuk business center. Syarat tersebut diupayakan agar dapat mendekatkan</p>
--	--



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

HNI-HPAI ke masyarakat yang belum tahu ataupun agen yang ingin berbelanja agar lebih mudah, dimana syarat tersebut business center haruslah berada dipinggir jalan raya besar, berbentuk toko/ruko, memiliki ruangan-ruangan khusus untuk pertemuan, memiliki area display produk yang lengkap, memiliki warehouse untuk penyimpanan produk-produk, serta fasilitas yang nyaman seperti toilet dan ruang tunggu untuk mitra-mitra HNI.

4. Strategi marketing promosi business center bekasi 1 dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan offline serta online, business center bekasi 1 memiliki cara dengan konsisten sering melakukan agenda homesharing baik itu untuk status level baru ataupun yang sudah leader, agenda tersebut sering dilakukan dengan mengundang agen-agen baru ataupun agen lama serta jika agen berhalangan untuk hadir mengikuti homesharing maka business center bekasi 1 juga menyediakan link online untuk dapat tetap menyimak agenda homesharing yang dilakukan. Untuk kegiatan promosi secara online business center bekasi 1 selalu berkontribusi menggunakan aplikasi instagram dengan melakukan update-update konten setiap harinya serta business center bekasi memiliki tim

	tersendiri untuk menghandle konten-konten di instagram, sehingga konten di instagram tersebut merupakan hasil fresh atau editing tim business center bekasi 1 bukan hasil repost.
--	---



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

