

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan revolusi industri 5.0 pada dunia perekonomian berkembang sangat pesat. Hal tersebut dikarenakan semua sistem mulai terkoneksi dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat. Dunia perekonomian di abad 21 sudah menggunakan kemajuan teknologi, sehingga setiap operasi pengelolaan yang terkait dengan perekonomian tidak lepas dari kemajuan teknologi. Artinya perekonomian saat ini mau tidak mau harus menggunakan hasil teknologi didalam pengoprasian usaha atau bisnisnya.

.Dewasa ini, khususnya di Indonesia setiap harinya terdapat perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang baru membuka usahanya. MLM pertama kali terdapat di Amerika sekitar tahun 1930-an. Adanya MLM di Amerika disebabkan oleh banyaknya pabrik yang tidak bisa mendistribusikan produknya ke konsumen, tetapi hanya memproduksi saja (Rivai,2020).

PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan bagian dari *Multi Level Marketing* yang sudah berdiri sejak tahun 2003 yang didirikan oleh Bapak Ir. Syukur Nababan yang sekarang juga menjabat sebagai anggota DPR RI. PT. Melia Sehat Sejahtera juga sudah mendapatkan surat izin untuk menjalankan usahanya. *Multi Level Marketing* pada umumnya memiliki lebih dari dua produk terutama yang bergerak dibidang kesehatan. Namun pada PT. Melia Sehat Sejahtera hanya memiliki dua produk yaitu Melia Propolis dan Melia Biyang. PT Melia Sehat Sejahtera memiliki sistem yang transparan dengan cara mengakses di www.meliasehatsejahtera.com,

di sinilah sistem kejujuran dapat dilihat di website tersebut berupa data dari bonus harian, mingguan, bulanan, dan produk. Sistem yang transparan serta bonus dibayar harian pada PT Melia Sehat Sejahtera membuktikan bahwa membeinya dapat sukses dengan cepat. Menurut Rivai (2020) strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara strategis harus dilakukan. Strategi komunikasi erat kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi sesuai dengan hasil yang hendak dicapai.

Muslich (2015) mengungkapkan bahwa *Multi Level Marketing* merupakan sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Setiawan (2017) mengungkapkan ada tiga jenis *Multi Level Marketing* antara lain yaitu; sistem *Binary Plan*, Sistem *Matrix*, dan sistem *Break Away*.

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang sangat penting terhadap perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan dalam kegiatan pemasaran. Kotler (2016) mengungkapkan bahwa promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Rambat Lupiyoadi (2014) berpendapat bahwa

promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Proses pemasaran *Multi Level Marketing* yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera ternyata masih kurang diminati oleh banyak orang, hal tersebut disebabkan karena proses kerjanya yang mengajak orang dengan cara membujuk, merayu, mempengaruhi dan memaksa agar mau bergabung menjadi anggota member (Rivai, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis strategi komunikasi yang bisa diterapkan pada Yafaro Entrepreneur (PT. Melia Sehat Sejahtera) dalam meningkatkan volume penjualannya. Selanjutnya hasil dari penelitian ini akan dituangkan dalam judul **“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI *MULTI LEVEL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA YAFARO ENTREPRENEUR (PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA) TUBAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah strategi komunikasi *Multi Level Marketing* dengan menggunakan analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada YAFARO ENTREPRENEUR?
2. Strategi komunikasi *Multi Level Marketing* yang bagaimanakah yang dapat diterapkan pada YAFARO ENTREPRENEUR ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dengan menggunakan analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada YAFARO ENTREPRENEUR.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan pada YAFARO ENTREPRENEUR guna meningkatkan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

- 1, Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai masukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang mendalam dalam pelaksanaan penelitian sesuai dengan ilmu dan teori yang diperoleh dan dapat bermanfaat sebagai acuan atau pedoman untuk menganalisis strategi komunikasi *Multi Level Marketing* dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai kajian dan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi *Multi Level Marketing* dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan masukan bagi perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera mengenai strategi komunikasi *Multi Level Marketing* dalam meningkatkan volume penjualan guna memperluas pangsa pasar.