

ANALISIS PENGEMBANGAN JARINGAN BISNIS PRODUK MULTIVITAMIN PT. AMINDOWAY JAYA DI BANDAR LAMPUNG

Analysis of Multivitamin Product Business Network Development of PT. Amindoway Jaya in Bandar Lampung

Aprilianto Amir¹, Ellen Chintia²

Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Tulang Bawang Lampung

aprilianto.amir@gmail.com

ABSTRACT

A multi-level marketing company is a company that builds distribution networks to promote products and services directly to consumers. A business network like this opens up opportunities for someone who wants to have their own business. This multi-level marketing business does not require high initial capital, the need for a place of business, while the product has been prepared by the company. This study aims to analyze the development of the multivitamin product business network of PT. Amindoway Jaya. The research population is a multi-level marketing company PT. Amindoway Jaya, especially Amway Business Owner (ABO). The research method used in this study is a qualitative method, with a qualitative descriptive approach. This method presents the nature of the relationship between the researcher and the respondent directly. Encourage the acquisition of more detailed and accurate data with the involvement of the researchers themselves in the field. The results obtained to develop a business network based on the sales force aspect, namely Amway Business Owner (ABO) supported by the Network Twenty One (N21) system with 6 practical steps, including writing down goals/dreams, making a list of names, making appointments, presentations, use products from their own business, attend business school. Based on the aspect of profit sharing, it has been programmed well. Amway Business Owners (ABO) have enormous and even unlimited profit potential from this business. Based on the sales aspect, the product sales system is carried out directly or direct selling. To maintain competition with other multi-level marketing companies, all products of PT. Amindoway Jaya is protected by the Amway Promise.

Keywords: *network development, multi level marketing, network system 21*

ABSTRAK

Perusahaan multi level marketing adalah perusahaan yang membangun jaringan distribusi untuk mempromosikan produk dan layanan langsung ke konsumen. Jaringan bisnis seperti ini membuka peluang bagi seseorang yang ingin memiliki usaha sendiri. Bisnis multi level marketing ini tidak membutuhkan modal awal yang tinggi, kebutuhan tempat usaha, sementara produk telah disiapkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengembangan jaringan bisnis produk multivitamin PT. Amindoway Jaya. Populasi penelitian adalah perusahaan multi level marketing PT. Amindoway Jaya, khususnya Amway Business Owner (ABO). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini menyajikan hakikat hubungan antara peneliti dan responden secara langsung. Mendorong perolehan data yang lebih rinci dan akurat dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Hasil penelitian yang diperoleh untuk mengembangkan jaringan bisnis berdasarkan aspek armada penjualan yaitu Amway Business Owner (ABO) yang didukung oleh sistem Network Twenty One (N21) dengan 6 langkah praktis, diantaranya menuliskan cita-cita/impian, membuat daftar nama, membuat janji, presentasi, memakai produk

dari bisnis sendiri, mengikuti sekolah bisnis. Berdasarkan aspek pembagian keuntungan, telah terprogram dengan baik. Amway Business Owner (ABO) memiliki potensi keuntungan yang sangat besar bahkan tidak terbatas dari bisnis ini. Berdasarkan aspek penjualan, sistem penjualan produk dilakukan secara langsung atau direct selling. Untuk mempertahankan persaingan dengan perusahaan multi level marketing lainnya maka semua produk PT. Amindoway Jaya dilindungi dengan Amway Promise.

Kata kunci: pengembangan jaringan, multi level marketing, sistem network 21

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Hidup kita menjadi lebih mudah dalam beberapa kasus berkat munculnya jaringan, yang disebut Internet. Internet adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer dan jaringan antar manusia diseluruh dunia. Pada masa ini kita dituntut untuk mengerti tentang manfaat dari jaringan, karena jaringan adalah sebuah interkoneksi yang menghubungkan kita mengetahui keadaan dunia. Bukan hanya untuk itu saja jaringan juga sangat penting untuk kita menambah pertemanan dan mengetahui persaingan dalam dunia bisnis. Banyak hal yang dapat di peroleh dari internet, berbagai informasi apapun juga tersedia untuk menambah pengetahuan kita. Meski terkadang jaringan juga di dimanfaatkan untuk tindak kejahatan, oleh sekelompok orang tertentu yang tidak bertanggung jawab. Menurut salah satu pakar bisnis yaitu Charles Albert Poissant, beliau mengungkapkan bahwa salah satu cara seseorang jika ingin sukses adalah dengan menemukan dan membangun banyak jaringan, karena dalam waktu singkat jaringan akan membantu kita terkoneksi dengan banyak orang di dunia. Begitu juga dengan bisnis pemasaran jaringan yang mampu membuat pertumbuhan rejeki kita sangat besar. (Kuswara, 2005: 3).

Perusahaan multi level marketing (MLM) adalah perusahaan jaringan yang membangun distribusi untuk

mempromosikan produk dan layanan langsung ke konsumen. Jaringan bisnis seperti ini membuka peluang bagi seseorang yang ingin memiliki usaha atau wirausaha sendiri bahkan peluang bagi pekerja yang sudah bosan bekerja di perusahaan tertentu sehingga lebih banyak menghabiskan waktu di kantor. Jaringan bisnis multi level marketing (MLM) ini tidak membutuhkan modal awal yang tinggi, kebutuhan tempat usaha dan penyiapan produk telah di siapkan oleh perusahaan. Jaringan pemasaran bisnis ini memiliki tim manajemen yang siap membantu semua pekerjaan administrasi dan distributor. Jaringan bisnis seolah membuat banyak orang yang tidak bisa memiliki usaha sendiri, karena telah memiliki modal akhirnya menjadi pengusaha. Pemasaran jaringan berbeda dengan permainan uang dimana ia sering menyebut dirinya pemasaran jaringan yang didukung oleh bank yang menuntut kekayaan tanpa perlu kerja keras. Kedua jaringan ini disebut juga sebagai jaringan penjualan piramida, padahal jaringan tersebut sangat merugikan karena tidak memiliki partisipasi produk atau jasa yang dapat dinikmati. Selain itu seseorang dapat memiliki penghasilan tidak terbatas dengan keuletan dan kerja keras.

1.2. Tujuan Penelitian

1. Sebagai referensi bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan jaringan bisnis produk multivitamin pada PT Amindoway Jaya di Bandar Lampung.

2. Sebagai referensi bagi perusahaan dalam mempertahankan PT. Amindoway Jaya dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan multi level marketing (MLM) lainnya.

2. Kajian Pustaka

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Helena T. Damanik (Skripsi 2010) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk dan Perekrutan Anggota pada PT. Global Media Nusantara Stocist Parbina dengan Sistem Multi Level Marketing Pematang Siantar” Hasil penelitian ini menyatakan bagaimana strategi yang dijalankan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya terlebih juga dalam perekrutan anggota.

Penelitian Ratna Balqis Nasution (Jurnal Keuangan dan Bisnis, Volume 3 No. 2, Juli 2011), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dengan Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing; Studi Kasus Produk Oriflame. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Oriflame sebuah perusahaan kosmetik yang berdiri tahun 1967 di Swedia, dalam pemasaran produknya menggunakan sistem penjualan langsung/ multi level marketing. Oriflame beroperasi di Indonesia sejak tahun 1986, menjadi pasar Oriflame dunia pertama Asia dan telah memiliki beberapa cabang di Indonesia. Kehalalan produk dari Oriflame merupakan motivasi kuat bagi para konsultan untuk berbisnis dan mengembangkan karir.

Penelitian Izza Firyanti (e-Proceeding of Management: Vol.2, No.1 April 2015. Page 716) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus: Member PT.

Melia Sehat Sejahtera)”. Hasil penelitian ini menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berbisnis sistem multi level marketing di PT. Melia Sehat Sejahtera terdapat beberapa variabel, yaitu : reward yang diberikan realistik, pelatihan (training), cepat dalam mewujudkan cita-cita, pendukung sistem terbaik dan mudah diaplikasikan, bonus penghasilan yang cepat, sejumlah uang yang dikeluarkan, resiko yang dihadapi, keanggotaan dapat dialihkan kepada ahli waris dan pergaulan yang baik, kehalalan produk yang terjamin, perusahaan yang mampu bertahan, tidak terdapat sistem tutup point dan belanja ulang otomatis.

Penelitian Dwi Kusuma Yuniarti (Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.1 No.1 Februari 2014), Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus Pada MLM Tianshi). Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, adanya pengaruh antara komunikasi antar pribadi sponsor dan anggotanya. Sponsor yang mampu menciptakan suasana yang menyenangkan serta mengemas pesan dan menyampaikan secara menarik kepada para anggotanya akan membuat mereka memahami setiap informasi yang disampaikan. Di samping itu, dukungan dan empati dari sponsor pada saat berkomunikasi yang diikat oleh perasaan positif juga bisa membangkitkan semangat anggota jaringan untuk bekerja. Faktor lain yang juga penting untuk mendukung keberhasilan suatu komunikasi antar pribadi adalah penanaman rasa kesamaan kedudukan dalam jaringan, melakukan interaksi secara rutin serta menyampaikan pesan secara baik dan koheren sehingga mampu membangkitkan motivasi kerja anggota jaringan. Hal ini disebabkan karena suatu produk berkualitas yang dibuktikan dari manfaat, daya tahan, jaminan terhadap kerusakan.

Penelitian Marcellia Susan (Jurnal Juli 1997), multi level marketing: Strategi Penjualan Langsung Untuk Menerobos Pasar. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa, sistem MLM merupakan salah satu strategi yang banyak bermanfaat untuk menerobos pasar. Hal ini telah dibuktikan oleh CNI misalnya, yang pada saat menjadi distributor tunggal PT. Sun-Chlorella Tama, omzet perbulannya hanya puluhan juta, tetapi setelah merubah statusnya menjadi MLM pada tahun 1986 omzetnya tidak kurang dari Rp 17 (tujuh belas) miliar perbulan.

2.2. Pendekatan Teori

1. Definisi Model Bisnis

Menurut Osterwalder (2012:14), konsep model bisnis tergantung sesuatu yang baru, berdasarkan literature yang ada. Di tahun 1957 istilah ini muncul dalam jurnal akademik dan di tahun 1960 terbit pertama kali digunakan dalam judul dari sebuah jurnal akademik (Jones, 1960). Pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi memberikan, menciptakan, dan menangkap nilai-nilai baik itu ekonomi, sosial, ataupun bentuk-bentuk nilai lainnya itu digambarkan dalam suatu model bisnis.

2. Komponen Model Bisnis

Dalam buku Royan, Johnson pada tahun 2000 menyebutkan sebuah model bisnis yang dinamakan model bisnis empat kotak. Model bisnis empat kotak ini terdiri atas:

1. Posisi Nilai Konsumen
2. Sumber Daya Kunci.
3. Proses-Proses Kunci.
4. Formula Laba.

2.3. Konsep Teori

Konsep dasar multi level marketing (MLM) adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen, sehingga tidak diperlukan biaya distribusi. Multi level marketing (MLM) juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang. Menurut Peter James Clothier (2002:41), ada tiga (3) macam perbedaan umum penjualan multi level marketing (MLM) dengan penjualan Konvensional, yaitu: Armada Penjualan, Pembagian Keuntungan, Menjual Produk.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

1. Pengembangan Jaringan Bisnis Produk Multivitamin PT. Amindoway Jaya.

Didalam bisnis PT. Amindoway Jaya/Amway tenaga penjualnya yaitu Amway Business Owner (ABO) itu sendiri, dan menjadi bos bagi diri sendiri, karena Amway Business Owner (ABO) dapat memperoleh produk secara langsung dari pabrik tanpa melalui produsen, distributor, grosir, dan lain-lain.

Pada bisnis PT. Amindoway Jaya, Amway Business Owner (ABO) memperoleh keuntungan penjualan langsung sebanyak 30%, bonus bulanan dan bonus tahunan yang sebanding dari hasil kerja kerasnya tanpa harus dibagi dengan pihak – pihak tertentu.

Semua penjualan di PT. Amindoway Jaya dilakukan melalui penjualan langsung atau direct selling dari pabrik kepada Amway Business Owner (ABO), tanpa melalui perantara produsen, distributor, grosir, pedagang, toko-toko, dan lain-lain.

2. Mempertahankan Persaingan Dengan Perusahaan MLM Lain.

Persaingan dalam suatu bisnis sangatlah wajar untuk itu setiap perusahaan harus mencari solusi untuk tetap mempertahankan perusahaannya terhadap perusahaan lain.

Faktor pendukung dalam mempertahankan persaingan dengan perusahaan multi level marketing (MLM), diantaranya sebagai berikut:

1. Armada Penjualan
PT. Amindoway Jaya tidak membiarkan Amway Business Owner (ABO) melakukan bisnis ini sendiri. Amway Business Owner (ABO) akan mendapat support, semangat, motivasi, dan training dari sponsor, klub leader, dan juga dari sesama anggota klub.
2. Pembagian Keuntungan
Dalam suatu perusahaan multi level marketing (MLM) dimana Amway Business Owner (ABO) yang berperan langsung sebagai penjual, maka Amway Business Owner (ABO) lebih besar menerima keuntungan dari hasil penjualannya dibandingkan perusahaan konvensional yang lebih sedikit menerima keuntungan karena harus dibagi dengan beberapa pihak lainnya.
3. Menjual Produk
PT. Amindoway Jaya terus berinovasi untuk mempertahankan kualitas produknya, dan memberikan jaminan 100% uang kembali.

3.2. Pembahasan

1. Pengembangan Jaringan Bisnis Produk Multivitamin PT. Amindoway Jaya.

Banyak bisnis berkembang, bisnis ini dimulai 62 (enam puluh dua) tahun yang lalu. Mereka menawarkan kesempatan kepada orang-orang untuk menjadi bagian dari sistem interprise yang bebas. Sebuah kesempatan untuk memiliki bisnis sendiri. Bila kita berbicara PT. Amindoway Jaya (Amway), kita akan berbicara jutaan orang, ribuan kisah sukses dan pengalaman yang menginspirasi. Mereka punya kisah hebat yang dapat diceritakan kepada dunia tentang kerjasama dan segala yang sudah dicapai bersama-sama.

Dibawah ini ada 3 (tiga) faktor yang ingin dibahas, diantaranya sebagai berikut:

1. Armada Penjualan
Armada Penjualan di PT. Amindoway Jaya dilakukan oleh Amway Business Owner (ABO), yang didukung dengan sistem Network Twenty One (N21) dan mudah diaplikasikan untuk dapat mempermudah Amway Business Owner (ABO) mengembangkan jaringan bisnis.
2. Pembagian Keuntungan
Keuntungan adalah tujuan utama kebanyakan orang dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha. Melalui bisnis ini pembagian keuntungan yang diperoleh seorang Individu Business Owner (IBO) dari PT. Amindoway Jaya.
3. Menjual Produk
Setiap perusahaan memiliki strategi dalam menjual produknya. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa PT. Amindoway Jaya dalam memasarkan produknya menggunakan sistem penjualan langsung/multi level marketing. yang berarti bahwa produknya dijual oleh perseorangan daripada di toko atau tempat eceran lainnya.

2. Mempertahankan Persaingan Dengan Perusahaan MLM Lain.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan, bahwa PT. Amindoway Jaya memiliki visi untuk terus mensejahterakan Amway Business Owner (ABO) dengan cara menaikkan bonus-bonus, memberikan penghargaan, reward, dan travelling gratis agar Amway Business Owner (ABO) sebagai hasil dari kerja keras yang telah mereka lakukan. Hal tersebut dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Armada Penjualan

Para distributor Amway merasa bahwa mereka mempunyai suatu proposisi yang sangat menarik. Karena itulah, mereka akan membantu calon Individu Business Owner (IBO) dengan cara mengundang dan untuk melihat konsep bisnis secara utuh dan lengkap sehingga prospek akan lebih bisa mempunyai pandangan yang terbuka tentang Amway dari permulaan, bukan hanya setengah-setengah.

Hasil penelitian sesuai dengan teori Peter James Clothier yang mengungkapkan bahwa, PT. Amindoway Jaya merupakan bisnis siap pakai dan menunggu Amway Business Owner (ABO) jalankan, rangkaian produknya telah teruji dan sudah ada segmen pasar tertentu yang siap membeli produknya.

2. Pembagian Keuntungan

Pembagian keuntungan Amway Business Owner (ABO), diantaranya 30% profit penjualan langsung, 3% sampai 21% bonus performance yang di transfer maksimal tanggal 15 setiap bulannya ke rekening pribadi Amway Business Owner

(ABO) yang aktif serta melakukan kualifikasi yang ada. Dari hasil penelitian dan wawancara menyimpulkan bahwa hasil yang diperoleh akan sebanding dengan semua kerja keras yang dilakukan oleh Amway Business Owner (ABO) yang aktif, bahkan mereka dapat merubah kehidupannya menjadi lebih baik dan mewujudkan cita-citanya. Karena semakin banyak omset yang Amway Business Owner (ABO) hasilkan, maka akan semakin besar pula bonus yang mereka terima.

3. Menjual Produk.

Menjual atau memasarkan langsung produk tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis di PT. Amindoway Jaya ini tidak diperlukan biaya distribusi dan juga menghilangkan biaya promosi dari produk yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.

Hasil penelitian dan wawancara menyatakan bahwa, semua produk PT. Amindoway Jaya dilindungi dengan Amway Promise yaitu program layanan pelanggan dan perlindungan konsumen yang dirancang khusus untuk meminimalkan risiko financial sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman belanja produknya.

4. Kesimpulan Dan Saran

4.1. Kesimpulan

1. Pengembangan Jaringan Bisnis Produk Multivitamin PT. Amindoway Jaya

Dalam mengembangkan jaringan bisnis produk multivitamin PT. Amindoway Jaya (Amway) memperhatikan 3 (tiga) aspek, yaitu armada penjualan, pembagian keuntungan, dan menjual produk.

Berdasarkan aspek armada penjualan yaitu Amway Business Owner (ABO) yang disupport oleh sistem Network Twenty One (N21) dengan enam (6) langkah praktis diantaranya menuliskan cita-cita/impian, membuat daftar nama, membuat janji, presentasi, memakai produk dari bisnis sendiri, mengikuti sekolah bisnis. Hal ini telah teruji keberhasilannya oleh Amway Business Owner (ABO) yang telah mencapai level-level tertinggi dan omset ratusan juta. Berdasarkan aspek pembagian keuntungan telah terprogram dengan baik, Amway Business Owner (ABO) memiliki potensi keuntungan yang sangat besar bahkan tidak terbatas dari bisnis ini untuk mempercepat mewujudkan impiannya. Berdasarkan aspek penjualan, sistem menjual produk di lakukan secara langsung (direct selling), salah satunya dengan menawarkan kepada orang terdekat dan cara lainnya dengan melakukan demo produk untuk menarik minat pelanggan.

2. Mempertahankan Persaingan Dengan Bisnis MLM Lainnya

Dalam mempertahankan persaingan dengan bisnis MLM multi level marketing) lainnya, PT. Amindoway Jaya (Amway) memperhatikan 3 (tiga) aspek, yaitu armada penjualan, pembagian keuntungan, dan menjual produk.

Dari segi armada penjualan PT. Amindoway Jaya (Amway) sebagai perusahaan Multinasional saat ini menjadi perusahaan MLM (multi level

marketing) No.1 (satu) di dunia karena terus berinovasi dan memotivasi Amway Business Owner (ABO) dengan dibekali oleh training – training serta membangun hubungan kekeluargaan yang baik antara upline dan downline. Dari segi pembagian keuntungan telah terprogram dengan baik bahkan perusahaan terus menaikkan bonus-bonus untuk Amway Business Owner (ABO) dan ketepatan pembayaran bonus sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dari segi menjual produk PT. Amindoway Jaya menciptakan produk-produk yang berkualitas tinggi, konsentrat, hemat, ramah lingkungan, dan semua produk dilindungi dengan Amway Promise yaitu program layanan pelanggan dan perlindungan konsumen yang dirancang khusus untuk meminimalkan resiko financial sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman, aman dan efektif belanja produk ini.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Diperlukan komitmen yang lebih kuat, fokus, dan mental yang tidak mudah putus asa untuk Amway Business Owner (ABO) dalam mengembangkan bisnis ini.
2. Diperlukan perhitungan yang lebih matang dalam menentukan omset yang akan di capai, dengan banyak mengikuti training-training dan melakukan pendekatan kepada upline serta mengikuti sistem network twentyone (N21) secara keseluruhan.
3. Agar lebih meningkatkan pengenalan yang mendalam tentang produk yang ada, dengan cara memakai produk terlebih dahulu sebelum mempromosikannya kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bly, Robert W. 2006. *The Complete Ideal's Guides: Direct Marketing*. Prenada. Jakarta.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. M2000. Medan.
- Kiyosaki, Robert T dan Sharon L. Lechter. 2005. *Rich Dad's The Business School*. Hachette Book Group. New York.
- Merlin, Mary. 2012. *A Study on Direct Selling Through Multi Level Marketing*.
- MLM Leaders. 2007. *The Secret Book Of MLM*. MIC Publishing. Jakarta.
- Poerwanto. 2006. *New Business Administration*. Pustaka. Jakarta.
- Sumarsono, Sonny. 2013. *Kewirausahaan*. Graha Ilmu. Banda Aceh.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. 2011. *Bisnis Konsep dan Kasus*. USU Press. Jakarta Pusat.
- Tracy, Brian. 2005. *MLM Sukses*. Penerjemah Hermes Malang. Pustaka Delaprasta. Jakarta Pusat.
- Weaver, DeLynne. 2002. *Seni Menggunakan Pemasaran Langsung Yang Berhasil Dalam Bisnis Anda*. Alih Bahasa: Sularno Tjipto Wardojo, Cetakan Kedua, Percetakan PT Gramedia, Jakarta.
- Skripsi / Tesis / Jurnal:**
- Ambarini, Ayu. 2010. *Pengaruh Jiwa Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Damanik, Helena T. 2010. *Strategi Pemasaran Produk dan Perekrutan Anggota Pada PT. Global Media Nusantara Stocist Parbina Dengan Sistem Multi Level Marketing Pematang Siantar*. Skripsi. Medan.
- Firyanti, Izza. 2012. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus: Member PT. Melia Sehat Sejahtera)*. Jurnal. Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. Bandung.
- Korothe, Abdul. 2013. *The Influence of Demographics On The Perception Level Of Multi level Marketing Distributors*. *The International Journal of Management* Vol.2.
- Korothe, Abdul. Sarada. 2012. *Significance Of Relationship In Multi Level Marketing And Itseffect On Bussiness Outcome*. *Journal Of Business and Management* Vol.3
- Lerkjarjumpon, Nakul. Smaksman, Kiattisak. Suwannasatit, Suttipong. Phomsiri, Smateera. Lertritdecha, Somchai. 2013. *Factors Motivating Direct Sale Agents to Be come Successful in Multi Level Marketing*. *Journal. Of Business Innovation and Technology Management*.
- Nasution, Ratna Balqis. 2011. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus: Produk Kosmetik Oriflame)*. Jurnal. Keuangan Dan Bisnis Vol.3. Medan

- Pradika, Arif Sandi I, Tengku. 2010. Pengaruh Sistem Multi Level Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware Di Bandung. Tesis. Diploma Universitas Komputer Indonesia. Bandung.
- Pramutoko, Baju. 2011. Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Kediri. Jurnal. Ekonomi Dan Manajemen.
- Siswo, Joko. 2008. Analisis Faktor – Faktor Yang Menjadi Alasan Dalam Bergabung Di
- Bisnis Multi Level Marketing High Desert Di Semarang. Skripsi. Manajemen Universitas Katolik Unika Soegijapranata. Semarang.
- Susan, Marcellia. 1997. Strategi Penjualan Langsung Untuk Menerobos Pasar. Jurnal. Bandung.
- Yuniarti, Dwi Kusuma. 2014. Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus: MLM Tianshi). Jurnal. Palembang.
- Website:**
- Amway Center. 2021. <https://www.amwaycenter.com/plan-your-visit>. Diakses 15 Agustus 2021 (19.47 WIB).
- Amway. 2021. <https://amwayid.com/>. Diakses 18 Agustus 2021 (19.25 WIB)
- APLI. 2021. Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia Tentang Kami. APLI. <https://www.apli.or.id/pages/tentang-kami>. Diakses 27 Maret 2021 (20.35 WIB).
- Bab II Landasan Teori - Library Binus. <https://library.binus.ac.id>. Diakses 06 Februari 2021 (19.46 WIB).
- Bab II Kajian Teori. <http://etheses.uin-malang.ac.id>. Diakses 21 Maret 2021 (23.14 WIB).
- Bisnis MSI. <http://multysuksesjambi.blogspot.co.id/2016/11/bisnis-multisukses-internasional-msi.html>. Diakses 24 Januari 2021 (20.32 WIB).
- Herman. 2014. Penjualan Nutrilite Berkontribusi 50% Bisnis Amway Indonesia. Berita Satu. <https://www.beritasatu.com/amp/keehatan/218879/penjualan-nutrilite-berkontribusi-50-bisnis-amway-indonesia>. Diakses 20 Juli 2021 (21.58 WIB).
- Ilmu Adm. Bisnis - FISIP. Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/10893/12/I.pdf>. Diakses 02 Maret 2021 (19.23 WIB).
- Kristian. 2009. Sesuatu Tentang Amway. Cingway. <https://positifpositif.wordpress.com/2009/12/01/sesuatu-tentang-sesuatu/>. Diakses 04 Agustus 2021 (23.33 WIB)
- Legalitas PT. Multy Sukses Internasional. <http://blogjaka.com/legalitas-ptmulty-sukses-international/>. Diakses 25 Januari 2021(18.45 WIB).
- Multi Level Marketing adalah: Pengertian, Jenis, Keunggulan. <https://accurate.id>. Diakses 27 Januari 2021 (18.30 WIB).
- Musa, L. 2008. Kesalah pahaman Memandang Minat dan Bakat. <http://www.angelfire.com/md/alih>

- sas/minat.html. Diakses 30 Januari 2021 (19.20 WIB)
- N21 Indonesia. 2014. Sistem Kerja Amway.
<https://www.buulliel.com/2014/07/sistem-kerja-amway.html>.
Diakses 25 Maret 2021 (18.45 WIB).
- Pengantar Bisnis Bagian 1.
<https://sofyanwsw.wordpress.com/2015/11/26/pengantar-bisnis>.
Diakses 03 Februari 2021 (20.31 WIB).
- Sistem Multi Level Marketing: Journal UII. <http://journal.uui.a.id>. Diakses 05 Februari 2021 (21.36 WIB).
- Sistem Multi Level Marketing: Alternatif Pemasaran Bisnis. <http://media.neliti.com>. Diakses 11 Mei 2021 (21.17 WIB).
- Strategi Pemasaran MLM (Multi Level Marketing).
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id>. Diakses 02 Februari 2021 (22.33 WIB).
- 123 dok. 2017. Pedoman Pendapatan Bisnis Amway. <https://123dok.com>. Diakses 15 Juni 2021 (20.47 WIB).