

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP SISTEM KERJA *NETWORK*
DENGAN KEPUASAN ATAS PENGHARGAAN
PADA MEMBER PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM)
DI SURAKARTA**

**Naskah Publikasi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan Memperoleh
derajat sarjana S-1 Psikologi**



**Oleh :
Muhammad Kelik Prasetyo Putro
F 100 040 133**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Anggota organisasi yang memasuki suatu organisasi kerja membawa sejumlah harapan dalam dirinya, misalnya upah, status, pekerjaan, lingkungan fisik dan pengembangan dirinya. Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan itu merupakan persyaratan penting untuk kelangsungannya bekerja pada suatu organisasi kerja. Kenyataan, organisasi kerja sulit memenuhi tuntutan anggotanya dalam meningkatkan gaji atau upah, karena organisasi kerja ingin memperoleh laba setinggi-tinggi dan mengeluarkan anggaran pengeluaran seminim mungkin. organisasi kerja memberi kenaikan gaji berarti meningkatkan anggaran dan hal ini tidak diinginkan oleh suatu organisasi kerja. Akibat sikap organisasi kerja yang demikian ini membuat anggota organisasi tidak puas dan melakukan tuntutan kenaikan upah.

Kepuasan kerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk mendapatkan hasil kerja yang optimal. Ketika seseorang merasakan kepuasan dalam bekerja tentunya ia akan berupaya semaksimal mungkin dengan segenap kemampuan yang dimilikinya untuk menyelesaikan tugas pekerjaannya. Dengan demikian produktivitas dan hasil kerja akan meningkat secara optimal (Anonim, 2009).

Seseorang berperilaku atau bekerja karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. Kebutuhan yang diinginkan seseorang

itu berjenjang, artinya bila kebutuhan yang pertama telah terpenuhi maka kebutuhan tingkat kedua muncul menjadi yang utama. Selanjutnya jika kebutuhan yang kedua telah terpenuhi, maka muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai kebutuhan tingkat kelima (Djati, S. Pantja, 2009).

Kepuasan anggota terhadap penghargaan yang berbentuk upah, gaji, bonus, ataupun barang merupakan motivator utama bagi anggota saat bekerja. Upah dalam bentuk uang merupakan suatu alat motivasi yang berguna untuk memuaskan kebutuhan ekonomi anggota. Anggota bekerja untuk mendapat uang yang berguna untuk memuaskan kebutuhan yang bersifat psikologis. Apabila organisasi kerja mampu memahami kebutuhan anggotanya saat bekerja, diwujudkan barang dengan uang sebagai penghargaan yang memadai akan membuat anggota merasa puas sehingga memberikan yang terbaik bagi organisasinya, yaitu meningkatkan kinerja anggotanya.

Perusahaan yang menggunakan system MLM (multi level marketing) dalam memasarkan produknya yang saat ini bergerak di bidang penjualan produk kesehatan. Produk-produk tersebut dapat dikonsumsi oleh orang sakit, lazimnya pada industri kesehatan, yang selalu “tergantung” pada resep dan anjuran dokter. Sebagian member di MLM ada yang merasa puas dengan penghargaan yang diberikan oleh perusahaan MLM, ada juga yang kurang puas dengan penghargaan yang diberikan MLM tersebut. MLM memberikan penghargaan sesuai dengan hasil kerja anggota kelompok atau member MLM dari menjual hasil produk.

Anggota atau member MLM yang merasa puas dengan penghargaan yang

diterimanya adalah anggota yang dapat menjual melebihi target sehingga diperoleh penghargaan secara bertingkat. Penghargaan tersebut seperti memperoleh tiket pesawat terbang ke luar negeri, sepeda motor, Vila, dan sebagainya. Berdasarkan pendapat Arianus (2008) data karyawan yang memperoleh penghargaan antara lain 35 orang memperoleh sepeda motor, peraih kapal pesiar (10), pesawat terbang (8), vila (4), dan 3 orang mobil BMW Z4. Jadi, bila ditotal, ada 60 *networker* yang meraih penghargaan dalam konvensi di salah satu perusahaan MLM pada September 2008.

Dari data di atas dapat diketahui bahwa member salah satu MLM yang memperoleh kepuasan sekitar 60 orang dari seluruh member MLM di Indonesia, dari 2000 lebih member yang ada. Penghargaan tersebut diterima sebagian kecil member MLM. Masih banyak member yang belum menerima penghargaan sehingga kepuasan atas penghargaan dalam bekerja belum dapat terpenuhi. Bagi member yang belum dapat terpenuhi kepuasan atas penghargaan banyak yang mengeluh. Alasannya, usaha telah dilakukan dan modal sudah dikeluarkan, akan tetapi hasil yang diperoleh kurang memadai atau tidak mencapai target penjualan. Hal tersebut dapat diketahui melalui wawancara pra penelitian dari 5 member salah satu MLM di Surakarta, yang merasa kurang puas terhadap penghargaan oleh perusahaan.

Dampak bagi member yang telah terpenuhi kepuasan atas penghargaan merasa dihargai, dihormati, dan mendapat perhatian dari pihak lain. Kebutuhan atas penghargaan mendorong individu untuk menyelesaikan tugas lebih sukses dan dapat mencapai prestasi yang tinggi. Apabila individu dapat mencapai

prestasi tinggi akan timbul rasa kepuasan dalam hatinya. Di sisi lain, bagi member yang belum memperoleh kepuasan atas penghargaan berdampak pada kinerja member menjadi kurang produktif dan semangat kerja menurun. Penurunan semangat kerja dan produktivitas member berdampak pada perkembangan perusahaan mengalami hambatan karena target penjualan tidak sesuai dengan tujuan perusahaan, ada kemungkinan perusahaan mengalami kerugian.

Keterangan di atas menjelaskan bahwa kepuasan atas penghargaan sangat penting di butuhkan oleh seorang member. Moekijat (2001) berpendapat bahwa penghargaan merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan oleh anggota dalam suatu organisasi kerja, sebab dengan pemenuhan kebutuhan atas penghargaan seorang individu dapat merasa dihargai, dihormati, dan dapat memberikan simbol status yang positif bagi member. Kurniawan (2002) menyatakan bahwa bentuk pemberian penghargaan tersebut dapat berupa promosi, bonus, pengakuan dan pujian. Penghargaan faktor penting bagi seorang member sebab pemberian penghargaan ini berdampak pada perilaku dan kinerja member.

Perilaku dan kinerja seorang member yang berkaitan dengan prestasi dan penghargaan dalam diri member sebagai seorang individu merupakan salah satu kebutuhan. Dikatakan oleh Maslow (dalam Globe, 2003) bahwa kebutuhan penghargaan dari orang lain (organisasi kerja) dapat meningkatkan rasa harga diri (*need for self-esteem*). Individu sebagai tenaga kerja dalam organisasi membutuhkan penghargaan atas kemampuan yang dimiliki dan tindakan yang telah dilakukannya. Untuk memenuhi kebutuhan harga diri yang berupa

penghargaan dari organisasi, member berusaha untuk bekerja lebih baik dari orang lain yang mendorong member tersebut dapat menyelesaikan tugas lebih sukses guna mencapai prestasi yang tinggi. Apabila individu dapat mencapai prestasi tinggi akan timbul rasa kepuasan dalam hatinya.

Kepuasan atas penghargaan bagi member dalam suatu perusahaan atau organisasi merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh seorang pimpinan. Sebab kepuasan atas penghargaan merupakan salah satu faktor untuk menciptakan jalannya suatu organisasi dapat berjalan harmonis sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Member yang merasa puas atas penghargaan secara langsung akan meningkatkan prestasi kerja untuk memperoleh hasil kerja yang maksimal. member berupaya untuk mencapai prestasi kerja karena ada motivasi untuk dihargai.

As'ad (2001) berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan atas penghargaan, yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik faktor yang berasal dari individual, seperti motivasi, tingkat kepuasan, sikap dan perilaku produktif dalam bekerja. Adapun faktor ekstrinsik yaitu faktor di luar individu meliputi faktor lingkungan keluarga dan lingkungan pekerjaan. Kondisi lingkungan kerja, meliputi: jenis pekerjaan, waktu kerja dan sistem kerja, keadaan alat perlengkapan dan mesin-mesin. Sistem kerja yang diterapkan dalam perusahaan menimbulkan persepsi member terhadap organisasi bersifat negatif dan positif.

Mangkunegara (Widodo, 2002) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi

mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (*input*), pengorganisasian stimulus dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap.

Persepsi dapat dirumuskan sebagai suatu proses penerimaan, pemilihan, pengorganisasian, serta pemberian arti terhadap rangsang yang diterima. Namun demikian pada proses tersebut tidak hanya sampai pada pemberian arti saja, tetapi akan mempengaruhi pada perilaku yang akan dipilihnya sesuai dengan rangsang yang diterima dari lingkungannya (Arisandy, Desy., 2009).

Salah satu sistem kerja yang sedang ramai dibicarakan di media cetak adalah sistem kerja *network*. Sistem kerja *network* adalah cara kerja secara bersama dalam suatu komunitas dengan model jaringan. Di bisnis jaringan, pengukuhan produk dilakukan oleh sejumlah *networker* yang telah merasakan kualitas produk, produk yang akan di rekomendasikan pada teman-teman, kenalan, tanpa minoritaskan mendapat uang. Sistem kerja *network* perlu keseragaman visi, filsafat, kualitas, dan integritas. Kunci kerja *network* marketing adalah duplikasi. Maksudnya, jaringan bisa melakukan sesuai keinginan member yang lainnya. Peluang bisnis *networker* muncul karena keberadaan produk Di bisnis jaringan, pengukuhan produk dilakukan oleh sejumlah *networker* yang telah merasakan kualitas produk (Azizah, 2008).

Sistem kerja *network* memberikan peluang sebesar-besarnya kepada *networker* untuk menikmati penghargaan atas kerja. Seperti penghasilan yang tinggi, memperoleh penghargaan motor, mobil, villa, atau tiket penerbangan sebagai penghargaan atas usaha yang dilakukan *networker*. Akan tetapi, untuk

memperoleh penghargaan sesuai yang diinginkan *networker* tidaklah mudah. Perlu kemampuan maksimal dan metalitas yang kuat dari *networker*.

Di sisi lain, dalam sistem kerja *network* ditemui dua permasalahan, yaitu pertama, ketakutan akan penolakan masih menjadi isu. Kedua, masih ada pandangan miring tentang bisnis *network* marketing. Persepsi yang salah mengatakan bahwa rekrut merupakan prioritas, bukan menjual produk. Ditambah lagi pendapat bahwa *network* marketing adalah skema piramid. Kesalahan itu terjadi karena masyarakat belum siap menerima bisnis yang dianggapnya baru. Sebenarnya, bisnis ini bisa disebut *relationship marketing*, atau *network* marketing, bisa menghasilkan uang jika mampu menjual dan merekrut melalui hubungan yang telah terjalin baik (jaringan) (Azizah, 2008).

Berdasarkan uraian tersebut dapat ditemui permasalahan tentang seorang member yang menginginkan penghargaan tinggi dalam pekerjaannya tetapi membutuhkan kemampuan maksimal dan mental kuat, serta permasalahan persepsi negatif tentang sistem kerja *network*. Guna memperoleh penghargaan yang tinggi, seorang member perlu kreativitas dalam bekerja dan berusaha menciptakan inovasi sesuai perkembangan jaman. Kenyataannya, sebagian besar member kurang mampu menciptakan kreativitas dan belum dapat menerima inovasi baru untuk mengembangkan hasil kerja. Di sisi lain, persepsi yang salah tentang sistem kerja *network* karena masyarakat belum siap menerima bisnis yang dianggapnya baru.

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka peneliti mengajukan rumusan masalah yaitu "Apakah ada hubungan antara persepsi terhadap sistem kerja

network dengan kepuasan atas penghargaan pada *member*?”. Atas dasar rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Persepsi Terhadap Sistem Kerja *Network* dengan Kepuasan atas Penghargaan Pada *Member*”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap sistem kerja *network* dengan kepuasan atas penghargaan pada *member*.

C. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diambil manfaatnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi *member* perusahaan MLM sebagai tambahan pengetahuan untuk memahami pribadi diri sendiri dan orang lain dengan cara melihat dan membandingkan perilaku *member* lain sehingga akan memudahkan memahami diri pribadi dalam pemenuhan kepuasan atas penghargaan dalam kerja.
2. Bagi konsumen MLM sebagai tambahan pengetahuan tentang persepsi terhadap sistem kerja *network* dengan kepuasan atas penghargaan pada *member* sehingga konsumen dapat menilai *member* yang berkualitas dan dapat dipercaya.
3. Bagi ilmuwan psikologi dan peneliti selanjutnya