

NO.	1	1	1	0	4	0	0	7	8	7
NIK										

07.10.023

sn'

m

376

**MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI MLM
(MULTY LEVEL MARKETING) TIANSHI
DI YOGYAKARTA**
(Studi pada Stokis Jl. Pattimura No. 9 Kota Baru, Yogyakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**



Oleh:
Sri Widiastuti
07413244023

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
JURUSAN PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2011**

M I L I K
PERPUSTAKAAN FISE
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul

**MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI MLM (*MULTY LEVEL
MARKETING*) TIANSHI DI YOGYAKARTA**

(Studi pada Stokis Jl. Pattimura No.9 Kota Baru, Yogyakarta)

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal

14 Oktober 2011

Untuk Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Yogyakarta

Dosen Pembimbing I



DR. Siti Irene Astuti

NIP. 19610908 198901 2 001

Dosen Pembimbing II



Nur Hidayah, M.Si

NIP. 19770125 200501 2 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sri Widiastuti
Nim : 07413244023
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Modal Sosial Dalam Strategi MLM (*Multy Level Marketing*) Tianshi Di Yogyakarta”, benar-benar hasil karya penulis. Skripsi ini tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain atau pernah digunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan.

Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari ternyata tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 16 September 2011

Penulis



Sri Widiastuti

PENGESAHAN

MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI MLM (MULTY LEVEL MARKETING) TIANSHI DI YOGYAKARTA

Oleh

Sri Widiastuti

07413244023

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 14 Oktober 2011 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan.

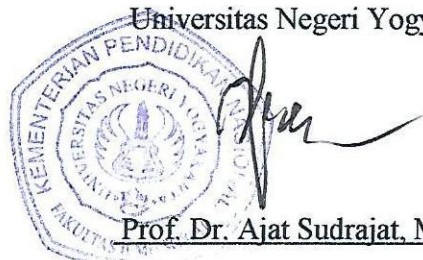
Susunan Tim Penguji:

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Poerwanti Hadi P., M.Si	Ketua		26 - 10 - 2011
Dr. Siti Irene Astuti	Sekretaris		25 - 10 - 2011
Puji Lestari, M.Hum	Penguji Utama		22 - 10 - 2011
Nur Hidayah, M.Si	Anggota		25 - 10 - 2011

Yogyakarta, 2011

Dekan FIS

Universitas Negeri Yogyakarta



Prof. Dr. Ajat Sudrajat, M. Ag

NIP. 19620321 198903 1 001

**MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI MLM
(MULTY LEVEL MARKETING) TIANSHI DI YOGYAKARTA
(Studi pada Stokis Jl. Pattimura No. 9 Kota Baru, Yogyakarta)**

ABSTRAK

Oleh

Sri Widiastuti

07413244023

Keberadaan MLM Tianshi saat ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. MLM Tianshi merupakan salah satu jenis MLM yang bergerak dalam bidang makanan kesehatan, perawatan kecantikan, dan perawatan rumah tangga. MLM Tianshi memiliki modal sosial di dalam strategi kinerjanya. Modal sosial merupakan elemen penting dalam suatu bidang usaha MLM karena modal sosial mengandung sumber-sumber daya aktual atau virtual (tersirat) yang berkembang pada seorang individu atau sekelompok individu karena kemampuan untuk memiliki suatu jaringan yang dapat bertahan lama dalam hubungan-hubungan yang lebih kurang telah diinstitusikan berdasarkan pengetahuan dan pengenalan timbal balik. Ada pun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui modal sosial yang terdapat dalam MLM Tianshi dan mengetahui modal sosial dalam strategi MLM Tianshi di Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan wawancara dalam pengambilan data. Penelitian dilakukan di stokis Tianshi di Jl. Pattimura no. 9 Kota Baru, Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan alasan peneliti selama mengambil sampel dalam penelitian menggunakan pertimbangan tertentu dengan cara memilih orang-orang yang bergabung dalam Tianshi karena mereka paham dengan MLM Tianshi tersebut sehingga peneliti dapat mencari data dengan mudah. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode. Peneliti memilih sumber yaitu mahasiswa sebagai distributor Tianshi dan masyarakat, peneliti juga menggunakan metode observasi dan wawancara sehingga diperoleh keabsahan data.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil penelitian bahwa 1) MLM (*Multy Level Marketing*) Tianshi sebagaimana suatu lembaga memiliki modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. 2) Modal sosial dalam strategi MLM (*Multy Level Marketing*) Tianshi adalah kepercayaan yang dilakukan dengan cara melakukan presentasi dan memakai produk, jaringan yang dilakukan dengan melakukan *prospecting*, dan norma yang harus dipatuhi distributor meliputi norma tidak tertulis yaitu kepribadian, pengetahuan dan norma tertulis.

Kata kunci: Modal Sosial, Strategi, MLM Tianshi