

RINGKASAN

Saat ini Indonesia mengalami keterbatasan kesempatan kerja, yang tercermin dari jumlah pengangguran yang semakin meningkat. Kondisi mengganggur tidak hanya dialami mereka yang berpendidikan rendah tetapi juga oleh mereka yang berpendidikan tinggi. Susahnya mencari pekerjaan ditengah krisis ekonomi mendorong masyarakat Indonesia khususnya sarjana mencari alternatif pekerjaan dengan berwirausaha. Berwirausaha merupakan salah satu pilihan yang rasional, dan bentuk wirausaha yang dapat dipilih dengan bergabung dengan bisnis *direct selling*.

Penelitian ini bertujuan mengetahui persepsi sarjana dan motivasi sarjana terhadap bisnis *direct selling Tupperware* di Purwokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informan dari peneltian ini adalah *sales force* yang berstatus sebagai sarjana, dan karyawan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Validasi data menggunakan teknik triangulasi yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan satu responden dengan responden lain, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data dan displai data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan para *sales force* menilai bisnis *direct selling* merupakan program yang baik karena dapat meningkatkan pendapatan *finansial*, dan *non finansial*. Kendalanya, *sales force* sulit membina *consultant* yang ada di unitnya untuk tetap aktif. Motivasi *sales force* bergabung secara instrisik, dan ekstrinsik. Faktor intrinsik terdiri dari ingin mendapatkan penghasilan, mendapatkan banyak hadiah, suka produk *Tupperware*, suka dengan mekanisme bisnis *Tupperware*, mendapatkan banyak ilmu, mendapatkan penghargaan. Faktor ekstrinsik terdiri dari dorongan dari keluarga, dan teman. Informan menggabungkan motivasi satu dengan lainnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata Kunci: *motivasi, presepsi, direct selling*

SUMMARY

Currently, Indonesia is experiencing limited job opportunities, which is reflected in the increasing number of unemployed. Unemployment is not only experienced by those with low education but also for those with high education. The difficulty of finding a job during the economic crisis has encouraged Indonesians, especially undergraduates, to seek alternative jobs with entrepreneurship. Entrepreneurship is a rational choice and a form of entrepreneurship that can be chosen by joining the direct selling business.

This study aims to determine undergraduate perceptions and undergraduate motivation towards the Tupperware direct selling business in Purwokerto. This research uses a qualitative approach. The informants of this research are salesforce with undergraduate status and employees. Data collection was informed by interview, observation, and documentation methods. The data validation used triangulation techniques, namely by comparing the results of interviews with one respondent with other respondents, observation, and documentation. Data analysis using descriptive qualitative, which includes data reduction and data display, and concluding. The results showed that the sales force considered the direct selling business to be a good program because it could increase financial and non-financial income. The problem is that the sales force finds it challenging to train the consultants in their units to stay active. The motivation of the sales force to merge is instinctual and extrinsic. The intrinsic factor consists of wanting to earn income, getting lots of prizes, liking Tupperware products, liking the Tupperware business mechanism, getting much knowledge, getting awards. Extrinsic factors consist of encouragement from family and friends. Informants combine motivation with each other to achieve the desired goals.

Keywords: *motivation, perception, direct selling*