

**PELATIHAN AMT (*ACHIEVEMENT MOTIVATION TRAINING*)
UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BERPRESTASI PADA
MEMBER PERUSAHAAN MLM (*Multi Level Marketing*)**

Luh Putu Ratih Andhini

Fakultas Psikologi

diamond.andhini@yahoo.com

andhini.ubaya@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*) melakukan penjualan langsung melalui *distributor* dengan cara memperkenalkan secara lisan lewat percakapan atau yang disebut *personal selling* (Swastha dan Irawan, dalam Musa, 2006). *Member* dalam perusahaan MLM akan dinilai melalui hasil penjualannya untuk mengetahui tinggi rendahnya kemampuan individu dalam menjual, hal ini disebut kinerja wiraniaga/*personal selling performance* (Surjono, 2009). Menurut Mangkunegara (2008) kinerja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya motivasi (dalam diri individu). Salah satu upaya untuk meningkatkan motivasi berprestasi adalah dengan melakukan pelatihan AMT (*Achievement Motivation Training*). *Achievement Motivation Training* (AMT) adalah suatu pelatihan yang berorientasi pada peningkatan motivasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan individu berdasarkan kemampuan yang dimilikinya. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui efektivitas pelatihan AMT (*Achievement Motivation Training*) dalam meningkatkan motivasi berprestasi pada *member* perusahaan MLM.

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental yang melibatkan satu grup MLM yang masih aktif tetapi memiliki penjualan rendah berjumlah 10 orang. Desain penelitian ada *one group pretest-posttest-follow up* dan dianalisis dengan teknik statistik t-test.

Hasil menunjukkan adanya perbedaan motivasi berprestasi antara sebelum (*pretest*) dengan sesudah (*posttest*) pelatihan AMT ($p = 0.017$, $p < 0.05$) dengan mean *pretest* ke *posttest* yaitu 3.8-4.9. Pelatihan ini tidak dapat bertahan lama, terlihat pada hasil t-test *posttest* dan *follow up* dengan $p = 0.520$ ($p > 0.05$), maka peneliti menyarankan untuk perusahaan menindaklanjuti pelatihan AMT dengan melakukan *coaching* terhadap para *member* yang memiliki motivasi berprestasi rendah guna untuk meningkatkan penjualan perusahaan MLM tersebut.

Kata Kunci: motivasi berprestasi dan pelatihan AMT.

Company MLM (Multi Level Marketing) make direct sales through distributors by introducing verbally through conversation or the so-called personal selling (Swastha and Irawan, in Moses, 2006). Members in the MLM company will be assessed through the proceeds to determine the high and low ability of individuals to sell, this is called the salesperson performance / personal selling performance (Surjono, 2009). According Mangkunagara (2008) performance can be affected by several factors, one of which motivation (within the individual). One effort to improve achievement motivation is to do training AMT (Achievement Motivation Training). Achievement Motivation Training (AMT) is a training oriented to increase motivation to achieve the goals that have been determined based on the ability of its people. The aim of this study wanted to examine the effectiveness of training AMT (Achievement Motivation Training) in increasing achievement motivation in MLM company members.

This research is an experimental study involving a group of MLM is still active but has a low sales totaled 10 people. The study design is no one group pretest-posttest-follow-up and were analyzed by t-test statistical technique.

Results showed differences in achievement motivation between before (pretest) and after (posttest) AMT training ($p = 0.017$, $p < 0.05$), with mean pretest to posttest is 3.8-4.9. This training can not last long, look at the results of t-test posttest and follow-up with $p = 0.520$ ($P > 0.05$), the researchers advised to follow corporate AMT training with coaching for the members who have low achievement motivation in order to increase sales the MLM company.

Keywords: achievement motivation and training AMT.

PENDAHULUAN

Perusahaan MLM (Multi Level Marketing) menggunakan metode menjual barang atau jasa secara langsung (direct selling) kepada konsumen melalui jaringan yang dikembangkan oleh *distributor* yang memperkenalkan *distributor* berikutnya, di mana keuntungan dibagi atas jaringan di bawahnya (Satria, 2008). Untuk menciptakan penjualan langsung *distributor* bisa menggunakan presentasi lisan dalam suatu percakapan terhadap satu atau lebih calon pembeli yang disebut sebagai *personal selling* (Swastha dan Irawan, dalam Musa, 2006).

Personal selling performance sering disebut dengan kinerja wiraniaga menurut Anderson (sitat dalam Surjono, 2009) merupakan suatu hasil evaluasi pelaksanaan penjualan secara personal yang dilakukan untuk mengetahui tinggi rendahnya kemampuan individu tersebut dalam menjual produk perusahaan. Kotler (2008) menjelaskan bahwa proses penilaian kinerja pada wiraniaga akan dilihat berdasarkan kesesuaian apa yang telah dikerjakan dengan *job description* yang ditetapkan perusahaan, dan hasilnya akan dilihat dari hasil penjualannya baik secara nominal maupun banyak produksi atau jasa yang berhasil dijual tergantung kebijakan perusahaan.

Proses penilaian kinerja pada wiraniaga ini terlihat pada hasil data yang diperoleh dari 5 tahun sebelumnya pada grup ibu Made yang sudah bergabung selama 10 tahun dan sudah memiliki peringkat TOP 15 *leader* pada perusahaan MLM di Denpasar. Ibu Made adalah seseorang ibu rumah tangga yang memiliki peringkat *gold director* dimana peringkat ini sudah memiliki penghasilan sekitar Rp 14.000.000,-. Berikut adalah hasil penjualan yang didapatkan dari tahun 2008 pada grup ibu Made:

Tabel 1

Hasil Penjualan Grup

Target per Tahun	2008	2009	2010	2011	2012
120.000 poin	109.258 poin	69.360 poin	89.750 poin	45.125 poin	105. 450 poin

Tabel 1 diketahui bahwa dalam melakukan penjualan selama lima tahun dari tahun 2008 sampai 2012, grup ibu Made belum berhasil mencapai target yang di tentukan oleh perusahaan. *Member* yang berhasil mengumpulkan poin sebanyak mungkin akan mendapatkan bonus sesuai perhitungan dari perusahaan. Menurut Umar (2004) salah satu cara manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, motivasi, dan kepuasan kerja para karyawan adalah melalui kompensasi.

Menurut Mangkunegara (2008) faktor yang memengaruhi kinerja adalah kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*). Menurut Schiffman dan

Kanuk (1991), motivasi dilukiskan sebagai pendorong yang ada dalam diri seseorang dimana kekuatan pendorong atau motivasi ini yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adanya motivasi adalah data sebagai berikut, pernyataan ibu Made (40 tahun) mengatakan:

“banyak member-member yang saya rekrut itu sebagian besar mati tidak mau menjalankan bisnis ini karena mereka tidak mempunyai keinginan untuk sukses (misalnya kalau member baru itu mereka harus mengumpulkan poin pertama yaitu 100 tetapi ada beberapa yang tidak mencapai target bahkan mereka hanya sekedar daftar jadi member untuk bisa belanja produk lebih murah), tetapi ada yang benar-benar serius menjalani bisnis ini karena mereka punya keinginan yang besar untuk bisa sukses dan juga dapat bonus yang lumayan”.

Dari hasil wawancara dengan ibu Made diketahui bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kinerja dalam menjalani bisnis di perusahaan adalah motivasi berprestasi dalam aspek preokupasi pada tujuan yang rendah. Menurut As'ad (sitat dalam Rohmawati, 2005) terdapat empat aspek yang tampak dalam tingkah laku individu yang memiliki kebutuhan berprestasi yang tinggi, diantaranya: resiko moderat, umpan balik, penyelesaian masalah, dan preokupasi pada tujuan.

McClelland (1961) menyatakan bahwa individu yang memiliki *need of Achievement* (n-Ach) yang tinggi lebih memungkinkan terlibat dalam kegiatan atau tugas yang memiliki tingkat tanggung jawab individu yang tinggi terhadap hasil, memerlukan ketrampilan dan usaha individu, memiliki tingkat resiko yang moderat dan termasuk umpan balik yang jelas pada kinerja dibandingkan mereka yang tingkat n-Ach rendah (Shane, dalam Prasetyo, 2008).

Terdapat empat elemen dasar untuk meningkatkan motivasi berprestasi menurut McClelland (dalam Prasetyo, 2008), yaitu : (1) *increasing the motive syndrome*, (2) *increasing goal setting*, (3) *increasing the cognitive support*, and (4) *increasing the emotional support*. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh seorang *member* bernama Ida (24 tahun) melalui wawancara, sebagai berikut:

“dulu pertama kali aku gabung itu dijelasin sistem-sistem untuk melakukan penjualan, bagaimana mengundang orang, diajarin juga sama upline cara untuk mencapai impian di bisnis ini. Aku selalu mendapatkan motivasi dari uplineku yang sudah beberapa kali mengikuti seminar-seminar yang diberikan oleh perusahaan.”

Sedangkan, menurut Prasetyo (2008) upaya untuk meningkatkan motivasi berprestasi dengan menggunakan *Achievement Motivation Training (AMT)* yang dikembangkan oleh McClelland. *Achievement Motivation Training (AMT)* adalah suatu pelatihan yang berorientasi pada peningkatan motivasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan individu berdasarkan kemampuan yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan memilih salah satu grup MLM yaitu grup ibu Made berjumlah 50 orang, tetapi dalam penelitian ini peneliti mengambil 10 orang subjek, diantaranya 9 orang perempuan dan 1 orang laki-laki. Grup ini memiliki member yang aktif tetapi penjualan yang sedikit. Pengambilan data dilakukan secara kuantitatif, yaitu membagikan angket secara *online* kepada subjek penelitian. Angket yang digunakan adalah *achievement motivation scale* milik WW Norton & Company (2006). Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one group pretest-posttest-follow up*. Notasi desain experiment yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KE = 01 \times 02 \times 03$$

Ket: 01 = *pretest*, 02 = *posttest*, 03 = *follow up*

Prosedur eksperimen dilakukan dengan beberapa tahap, antara lain: (1) *screening* dan *pretest* untuk mendapatkan skor atau tingkat motivasi rendah dengan pengisian angket; (2) pelatihan AMT dengan tujuh sesi kegiatan milik Yulia (2010), sesi pertama *WHY AMT* yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pentingnya AMT dalam meningkatkan motivasi, sesi kedua *BUILDING DREAMS* yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pentingnya sebuah mimpi dan bagaimana cara peserta dapat menyujudkan mimpi mereka,

hal ini mengukur aspek preokupasi pada tujuan. Sesi ketiga *ACHIEVER'S CHARACTER* bertujuan untuk memahami konsep motivasi berprestasi dan peserta memahami mengenai ciri-ciri orang yang memiliki motivasi berprestasi, sesi ini mengukur tentang resiko moderat yang nantinya akan berlanjut juga pada sesi keenam tentang *GOAL SETTING* yang bertujuan untuk membuat tujuan yang jelas dan realistis sesuai kemampuan yang mereka miliki dengan metode SMART. Sesi keempat tentang *WHO AM I* bertujuan untuk mencari tahu siapa diri peserta dengan menganalisis apa kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya, hal ini mengukur aspek penyelesaian masalah dan akan berlanjut pada sesi kelima tentang Analisis SWOT yang bertujuan peserta mampu memprediksi kemungkinan keberhasilan dan kegagalan yang mungkin mereka dapat berdasarkan kelebihan dan kekurangan yang ada pada diri mereka. Sesi ketujuh tentang *NETWORKING* bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjalin relasi, sesi ini mengukur aspek umpan balik; (3) evaluasi dilakukan untuk menilai seberapa baik pelaksanaan pelatihan yang sudah diberikan. Kemudian dilakukan *posttest* untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau peningkatan skor dari hasil *pretest*; (4) *Follow Up* dilakukan untuk mengetahui apakah motivasi berprestasi subjek menetap atau bertambah.

HASIL DAN BAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 2

Distribusi Frekuensi Skor Motivasi Berprestasi

Kategori	Interval Nilai	Pretest	Posttest	Follow Up
Sangat Tinggi	$X \geq 6.40$	1	3	2
Tinggi	$4.80 \leq X < 6.40$	3	3	5
Cukup	$3.20 \leq X < 4.80$	1	1	2
Rendah	$1.60 \leq X < 3.20$	3	3	0
Sangat Rendah	$X < 1.60$	2	0	1
Total		10	10	10

Pada Tabel 2 menunjukkan kategori motivasi berprestasi pada sepuluh peserta termasuk dalam kebutuhan berprestasi rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa 50% menunjukkan kategori dari yang sedang sampai sangat tinggi, di antaranya 10% menunjukkan kategori sangat tinggi, 30% tinggi, dan 10% sedang. Namun dalam penelitian ini subjek yang menjadi partisipan dipilih 50% subjek yang memiliki kategori motivasi berprestasi yang sangat rendah sampai rendah, antara lain 20% sangat rendah dan 30% rendah. Penelitian ini tetap memasukan subjek dengan kategori motivasi tinggi karena masih bisa dilakukan peningkatan hingga ke kategori sangat tinggi (*ceiling effect*).

Menurut Syadam (sitat dalam Simorangkir, 2003) terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi motivasi seseorang. Faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi seseorang adalah lingkungan kerja, kompensasi yang memadai, adanya penghargaan atas prestasi, status dan tanggung jawab, peraturan yang berlaku. Dari hasil yang diperoleh sepuluh peserta pelatihan sudah lama bekerja sekitar 1 sampai 10 tahun. Berikut ini adalah persentase lama bekerja dari sepuluh peserta pelatihan: 40% sudah bekerja selama 1-2 tahun, 20% sudah bekerja selama 3-4 tahun, 30% lama bekerja selama 5-6 tahun, 0% bekerja selama 7-8 tahun, dan 10% peserta sudah bekerja selama 9-10 tahun.

Tabel 3

Distribusi silang antara level/status dan follow up

Level	Sangat Tinggi		Tinggi		Sedang		Rendah		Sangat Rendah		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Konsultan	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Manager senior	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
manager	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%
Director gold	0	0%	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%	4	100%
director	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%
Total	2	20%	5	50%	2	20%	0	0%	1	10%	10	100%

P=0.016

Hasil tabulasi silang (Tabel 3) menyatakan bahwa nilai *follow up* memiliki pengaruh yang signifikan ($p = 0.016 < 0.05$) pada level/status subjek. Hal ini berarti level/status subjek pada suatu perusahaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi motivasi seseorang.

Sedangkan faktor internal menurut Syadam (sitat dalam Simorangkir, 2003), antara lain kematangan pribadi, tingkat pendidikan, keinginan dan harapan pribadi, kebutuhan, kelelahan dan kebosanan, serta kepuasan kerja. Kematangan pribadi dalam penelitian ini salah satunya adalah usia dimana 10% peserta berusia 16-20 tahun, 20% peserta berusia 21-25 tahun, 10% peserta berusia 26-30 tahun, 20% peserta berusia 31-35 tahun, 20% berusia 36-40 tahun, 20% peserta berusia 41-45 tahun.

Tabel 4

Hasil nilai probabilitas pretest, posttest, dan follow up terhadap uisa

	Pretest	Posttest	Follow Up
	p	p	p
Usia	0.314	0.577	0.564

Berbeda dengan teori, hasil tabulasi silang (Tabel 4) menyatakan bahwa nilai *pretest*, *posttest* dan *follow up* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada usia karena nilai probabilitas lebih dari 0.05. Hal ini berarti usia tidak mempengaruhi motivasi berprestasi seseorang.

Tabel 5

Hasil nilai probabilitas pretest, posttest, dan follow up terhadap jenis kelamin dan lama bekerja

	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	<i>Follow Up</i>
	p	p	p
Jenis Kelamin	0.628	0.459	0.774
Lama Bekerja	0.461	0.672	0.089

Tabel 5 menunjukkan bahwa Jenis kelamin dan lama bekerja peserta juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada motivasi berprestasi karena nilai probabilitas lebih dari 0.05.

Hasil Pelatihan AMT

Tabel 6

Hasil Uji Hipotesis

Kondisi	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
Pretest	3.8	2.29976	-2.905	0.017
Posttest	4.9	1.85293		

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa total dari skor mean pada kondisi *pretest* adalah 3.8 dan total dari skor mean pada kondisi *posttest* adalah 4.9. Selain itu, signifikansi antara *pretest* dan *posttest* yaitu 0.017 di bawah 0.05. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima dengan demikian dalam seluruh aspek motivasi berprestasi terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dengan sesudah pelatihan AMT.

Tabel 7

Hasil Pelatihan Per-Aspek

Kondisi	<i>Pretest</i>		<i>Posttest</i>		<i>Follow Up</i>	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
Aspek 1 Resiko Moderat	1.1	0.876	1.3	0.823	1	0.943
Aspek 2 Umpan Balik	1.6	1.265	2.2	0.919	2.5	0.707
Aspek 3 Penyelesaian Masalah	1.1	0.568	1.3	0.823	1.4	0.699
Aspek 4 Preokupasi pada Tujuan	0	0	0.1	0.316	0.3	0.483

Selain hasil uji hipotesis, peningkatan juga terjadi pada hasil mean keempat aspek dari kondisi *pretest-posttest* (Tabel 7), yaitu aspek 1 (resiko moderat), aspek 2 (umpan balik), aspek 3 (penyelesaian), dan aspek 4 (preokupasi pada tujuan). Hasil yang sudah didapatkan oleh peneliti membuktikan bahwa pelatihan yang dilakukan oleh McClelland (1961) yang menyatakan bahwa program *Achievement Motivation Training* (AMT) dapat meningkatkan pemikiran pencapaian dewasa khususnya pengusaha. Peningkatan motivasi berprestasi terjadi karena kelompok penelitian ini mendapatkan *treatment* yaitu pelatihan AMT (*Achievement Motivation Training*). Sebagaimana yang diungkapkan Narmada (2008), pelatihan AMT bertujuan untuk mengembangkan potensi dalam area: *positive behavior, learning motivation, communication skills, leadership, problem solving, team work*.

Dalam pelatihan ini subjek diajak untuk mengenal tentang pelatihan AMT (sesi I) dengan tujuan subjek dapat memahami manfaat dari pelatihan AMT. Sesi II membahas tentang membangun mimpi (*building dreams*) bertujuan untuk memahami pentingnya memiliki mimpi yang berkaitan dengan aspek preokupasi pada tujuan.

Tabel 8

Aspek 4 Preokupasi pada Tujuan

Kategori	Interval Nilai	Pretest	Posttest	Follow Up
Sangat Tinggi	$X \geq 0.80$	0	1	3
Tinggi	$0.60 \leq X < 0.80$	0	0	0
Cukup	$0.40 \leq X < 0.60$	0	0	0
Rendah	$0.20 \leq X < 0.40$	0	0	0
Sangat Rendah	$X < 0.20$	10	9	7
Total		10	10	10

Tabel 8 menyatakan bahwa 10 orang yang memiliki motivasi sangat rendah berkurang menjadi 9 saat *posttest* dan saat *follow up* juga berkurang menjadi 7 orang subjek. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk membangun mimpi secara spesifik terkait dengan bidang kerja peserta yaitu target penjualan dan peserta diajak untuk memprediksi bagaimana cara untuk mencapai mimpi yang ditargetkan sehingga sesi *building dreams* dapat meningkatkan motivasi berprestasi pada aspek preokupasi pada tujuan.

Sesi III membahas tentang beberapa karakter (*achiever's character*), orang yang memiliki motivasi berprestasi yang tinggi dan sesi VI membahas mengenai *goal setting* bertujuan untuk mampu membuat tujuan yang jelas dan realistis sesuai kemampuan yang mereka miliki dengan metode SMART. Kedua sesi tersebut berkaitan pada aspek resiko moderat, yaitu tingkat resiko sedang sehingga pekerja masih ada peluang untuk berprestasi lebih tinggi (As'ad, dalam Rohmawati, 2005).

Tabel 9

Aspek 1 Resiko Moderat

Kategori	Interval Nilai	Pretest	Posttest	Follow Up
Sangat Tinggi	$X \geq 1.60$	4	5	4
Tinggi	$1.20 \leq X < 1.60$	0	0	0
Cukup	$0.80 \leq X < 1.20$	3	3	2
Rendah	$0.40 \leq X < 0.80$	0	0	0
Sangat Rendah	$X < 0.40$	3	2	4
Total		10	10	10

Hasil pada tabel 9 diperoleh bahwa saat *pretest* 3 orang subjek yang memiliki motivasi berprestasi dalam kategori sangat rendah berkurang menjadi 2 orang subjek saat *posttest*, tetapi saat *follow up* meningkat menjadi 4 orang subjek. Dalam sesi *goal setting*, peserta diajak untuk mengisi lembar tugas *planning* yang berguna untuk mengetahui bagaimana tujuan besar dari peserta dan resiko yang akan dihadapi dalam mencapai tujuan dan sesi *achiever's character* menjelaskan mengenai karakter orang yang memiliki motivasi berprestasi tinggi sehingga pada dua sesi ini memiliki pengaruh terhadap resiko moderat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sesi *achiever's character* dan *goal setting* dapat meningkatkan motivasi berprestasi pada aspek resiko moderat, tetapi peningkatan tersebut tidak dapat bertahan lama.

Sesi IV membahas tentang *Who Am I* bertujuan agar subjek mengenali manfaat atau pentingnya mengenal diri, dan sesi V membahas tentang analisis SWOT bertujuan agar subjek mampu mengklasifikasikan kelebihan dan kekurangan serta memprediksi kemungkinan keberhasilan dan kegagalan yang mungkin mereka dapat untuk bisa membuat strategi dalam bertindak. Kedua sesi ini berkaitan pada aspek penyelesaian masalah yaitu bagaimana seorang pekerja memecahkan masalah yang berkaitan dengan pekerjaannya (As'ad, dalam Rohmawati, 2005).

Tabel 10

Aspek 3 Penyelesaian Masalah

Kategori	Interval Nilai	Pretest	Posttest	Follow Up
Sangat Tinggi	$X \geq 1.60$	2	5	5
Tinggi	$1.20 \leq X < 1.60$	0	0	0
Cukup	$0.80 \leq X < 1.20$	7	3	4
Rendah	$0.40 \leq X < 0.80$	0	0	0
Sangat Rendah	$X < 0.40$	1	2	1
Total		10	10	10

Hasilnya terdapat pada tabel 10 terlihat bahwa hanya 2 orang subjek yang memiliki motivasi berprestasi yang sangat tinggi saat *pretest* dan meningkat menjadi 5 orang subjek dan menetap saat *follow up* yaitu 5 orang subjek. Dalam

sesi *who am I* peserta diajak mengisi lembar tugas *WHO AM I* yang mencari tahu tentang apa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki peserta kemudian dilanjutkan dalam sesi analisis SWOT, peserta diajak mengisi lembar tugas SWOT dan menganalisis diri mereka masing-masing dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman sehingga memengaruhi pada aspek penyelesaian masalah. Dapat disimpulkan bahwa sesi *who am I* dan analisis SWOT dapat meningkatkan motivasi berprestasi pada aspek penyelesaian masalah.

Sesi VII membahas tentang *networking* bertujuan agar subjek menyadari pentingnya kehadiran orang lain di sekitar kita, sesi ini berkaitan pada aspek umpan balik dalam motivasi berprestasi.

Tabel 11

Aspek 2 Umpan Balik

Kategori	Interval Nilai	Pretest	Posttest	Follow Up
Sangat Tinggi	$X \geq 2.40$	3	5	6
Tinggi	$1.80 \leq X < 2.40$	3	2	3
Cukup	$1.20 \leq X < 1.80$	0	0	0
Rendah	$0.60 \leq X < 1.20$	1	3	1
Sangat Rendah	$X < 0.60$	3	0	0
Total		10	10	10

Pada Tabel 11, subjek yang memiliki motivasi berprestasi dalam kategori sangat rendah pada saat *pretest* adalah 3 orang dan berkurang menjadi 0 saat *posttest* dan *follow up*. Dalam sesi ini peserta diajak untuk melakukan relasi dengan orang lain, tetapi belum mendapatkan umpan balik mengenai pekerjaan yang telah dilakukan, sehingga dalam sesi ini hanya sedikit yang dapat mengukur aspek umpan balik. Sesi ini merupakan langkah awal untuk memiliki relasi atau jejaring dengan orang lain sehingga ke depannya relasi tersebut dapat berfungsi sebagai sarana pemberian umpan balik.

Tabel 12

Distribusi Frekuensi Skor Evaluasi Keseluruhan Pelatihan AMT

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 46.2$	7	70
Baik	$37.4 \leq X < 46.2$	3	30
Cukup	$28.6 \leq X < 37.4$	-	-
Tidak Baik	$19.8 \leq X < 28.6$	-	-
Sangat Tidak Baik	$X < 19.8$	-	-
Total		10	100

Hasil evaluasi pelatihan (Tabel 12) menyatakan 70% peserta memberikan evaluasi yang positif terhadap keseluruhan pelatihan AMT, baik pada materi, fasilitator, waktu maupun fasilitas dalam pelatihan. Dari sekian banyak sesi pelatihan, tiga di antara sepuluh peserta menyatakan bahwa mereka lebih suka dengan *games* yang diberikan karena dengan *games* tersebut mereka dapat lebih mudah memahami materi yang diberikan. Pernyataan tersebut sesuai dengan pendekatan yang dilakukan dalam AMT yaitu dengan cara *experience learning*, suasana dalam pelatihan dilakukan dengan senang dan tidak terkesan formalitas. Dengan memanfaatkan komponen pribadi yang cenderung untuk bermain, kegiatan AMT ini dilakukan dalam simulasi permainan, sehingga daya tangkap akan pesan yang harus disampaikan akan lebih efektif, karena disamping *experiential* (dilakukan sendiri) juga dilakukan dalam suasana yang bersifat *entertainment* dan mengutamakan perasaan senang, sehingga setiap peserta dapat merasakan sendiri keberadaannya dalam organisasi dan juga sebaliknya keutamaan tim bagi dirinya dapat diterima dengan perasaan yang tulus (Narmada, 2008).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan bahasan di atas yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini, antara lain: (1) terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) pelatihan; (2) peningkatan secara keseluruhan dari hasil *pretest*, *posttest*, dan *follow up*. (3) aspek 1 (resiko moderat), aspek 2 (umpan balik), aspek 3 (penyelesaian), dan aspek 4 (preokupasi pada tujuan) memiliki

peningkatan nilai antara *pretest* dan *posttest*. Hasil tersebut mendukung penggunaan pelatihan AMT sebagai sarana untuk meningkatkan motivasi berprestasi, namun AMT hanya efektif pada subjek yang memiliki kategori motivasi yang sedang hingga sangat rendah.

Setelah mengetahui hasil dan kesimpulan penelitian, penulis menyampaikan saran bagi perusahaan adalah ada pelatihan lanjutan secara berkala (*coaching*) yang nantinya diharapkan dapat lebih mengembangkan pengetahuan dan pengalaman untuk meningkatkan hasil penjualan pada *member* di perusahaan MLM tersebut. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menyusun angket dengan petunjuk pengisian yang lebih jelas. Sebaiknya tidak hanya menggunakan angket tertutup tetapi juga menggunakan angket terbuka untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berprestasi. Selain itu perlu juga ditekankan, mengenai jaminan kerahasiaan pengisi angket; menyusun modul pelatihan AMT sesuai dengan aspek motivasi berprestasi yang diukur; waktu penyelenggaraan pelatihan diusahakan tidak pada jam kerja, lebih baik pelatihan di lakukan pada akhir minggu agar peserta pelatihan mendapatkan pemahaman dan penguasaan materi yang lebih optimal; sebaiknya pelatihan tidak hanya menggunakan kelompok eksperimen saja, tetapi juga menggunakan kelompok kontrol untuk mengetahui perbedaan hasil dari pelatihan AMT; dalam melakukan TNA (*training need analysis*) diharapkan penelitian selanjutnya lebih menggali masalah lebih mendalam dalam per-aspek motivasi.

PUSTAKA ACUAN

- Azwar, S. (2008). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Beach. (1980). *Motivation*. Jakarta: Erlangga.
- Cairo, J. (2004). *Motivation and goal-setting*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Elias, H., & Rahman, W. R. A. (1994). *Achievement motivation training for university students: Effects on affective and cognitive achievement motivation*. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 2, 115-121.
- Gellerman, S. W. (1984). *Motivasi dan produktivitas*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Gyrseft, I. & Brown. (1980). *The real motivation in life*. Melbourne.
- Hadi, S. (1991). *Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Islami, F. A. (2012). *Analisis pengaruh hard skill, soft skill, dan motivasi terhadap kinerja tenaga penjualan (studi pada tenaga kerja penjualan PT. Bumiputera wilayah Semarang*. Skripsi diterbitkan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jayanti, P. (2010). *Hubungan antara self-efficacy dan sales presentation skill dengan kinerja wiraniaga property*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Kolb, D. A. (1965). *Achievement motivation training for underachieving high school boys*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 783-792.
- Lopez, B. (2008). *The efficacy of an achievement motivation program (Doctoral dissertation Texas A&M University-Corpus Christi)*. Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 3322113)
- Mangkunegara, A. P. (2008). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mariam, R. (2009). *Pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja karyawan sebagai variabel intervening (studi pada kantor pusat PT. Asuransi Jasa Indonesia)*. Tesis pada Universitas Diponegoro Semarang.
- Moekijat. (1981). *Motivasi dan pengembangan management*. Bandung: Penerbit Alumni.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. New York, NY: Irvington Publishers, Inc.
- McGinnis, A. L. (1991). *Menumbuhkan motivasi, memupuk semangat, memetik yang terbaik*. Jakarta: Pustaka Tangga.
- Musa, S. (2006). *Hubungan personal selling (penjualan perorangan) dengan volume penjualan*. Skripsi diterbitkan, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Mutter, I. F. K (2006). *Stress kerja dan motivasi berprestasi (n-Ach) pada pengajar lembaga pendidikan computer X di Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.

- Narmada. (2008). *Pelatihan motivasi berprestasi (Achievement Motivation Training)*. Diunduh 16 Maret 2013 dari <http://narmada.blogdetik.com/2008/11/25/pelatihan-motivasi-berprestasi-achievement-motivation-training/>
- Putri, L. T. (2004). *Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi kinerja tenaga pemasaran di PT. Avon Indonesia cabang Bogor*. Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis-Institut Pertanian Bogor.
- Prasetyo, I. (2008). *Peningkatan motivasi berprestasi (need for achievement) warga belajar program pendidikan kecakapan hidup (life skills) melalui model pembelajaran berbasis masalah*. Universitas Pendidikan Indonesia-Bandung.
- Pratama, A. N. (2012). *Pengaruh pelatihan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan bagian penjualan PT. Astragraphia TBK*. Diunduh 23 Maret 2013 dari https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:4cPaKt5jnn8J:batik.imtelko.m.ac.id/pustaka/files/16232/jurnal/pengaruh-pelatihan-kerja-dan-motivasi-terhadap-kinerja-karyawan-bagian-penjualan-pt-astragraphia-tbk-.pdf+Pengaruh+pelatihan+kerja+dan+motivasi+terhadap+kinerja+karyawan+bagian+penjualan+PT.+Astragraphia+TBK.&hl=en&pid=bl&srcid=ADGEEShfCyxgAb_Gdcw_C7p3Hdm09NzqhqsN6F759eOaudb6oNX36iuy8wPvIgoAxWBLWLEDI2srU0Ma1ZnZSiczQ_YZau9FSNreE6JvgBFudQUKTkVDphuJiOctBJkbEQ5PyWJTQ-x4&sig=AHIEtbRaQFNPeY-XzytJZk44XQZMHg_QjA
- Rohmawati, A. (2005). *Hubungan antara perceived distributive justice, kepuasan kerja dengan motivasi berprestasi*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Ryals, K. (1975). *Achievement motivation training for low-achieving eighth and tenth grade boys*. *Journal of Experimental Education*, (44)2, 47-51.
- Satria. (2008). *Definisi atau pengertian Multi Level Marketing*. Diunduh 17 Januari 2013 dari <http://id.shvoong.com/business-management/marketing/2179799-definisi-atau-pengertian-multi-level/>.
- Simorangkir, F. S. N. (2003). *Pengaruh pelatihan motivasi berprestasi terhadap kinerja*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Smith, R. (1973). *Achievement motivation and achievement motivation training*. In R. Smith & G. Walz (Eds.), *Developing students' potentials* (pp. 5-17). Washington, DC: Education Resources Division Capitol Publications, Inc.
- Smith, R. L. (2011). *Achievement motivation training: An evidence-based approach to enhancing performance*. Retrieved from http://counselingoutfitters.com/vistas/vistas11/Article_56.pdf
- Surjono, R. F. (2009). *Hubungan antara motivasi sosial dan kinerja pada fasion salesman*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.

Yulia, Y. V. (2010). *Efektivitas pelatihan AMT (Achievement Motivation Training) dengan pendekatan spiritual terhadap peningkatan efikasi diri mahasiswa tingkat awal dalam penyesuaian akademik*. Skripsi diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri, Yogyakarta.