

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

---

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DISTRIBUTOR  
MULTI LEVEL MARKETING NU SKIN TERHADAP KINERJA USAHA DI  
WALK IN CENTER PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau

**ZULPIANI ZAMIL**

**NPM : 177210152**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2021**

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :





UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

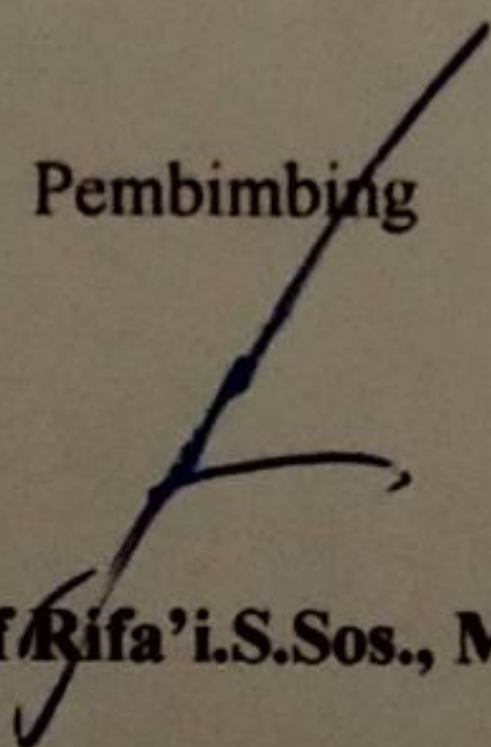
**PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING**

Nama : Zulpian Zamil  
NPM : 177210152  
Jurusan : Administrasi  
**Program Studi** : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor *Multi Level Marketing* Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di *Walk In Center* Pekanbaru

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan di nilai relatif telah memenuhi ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian komprehensif.

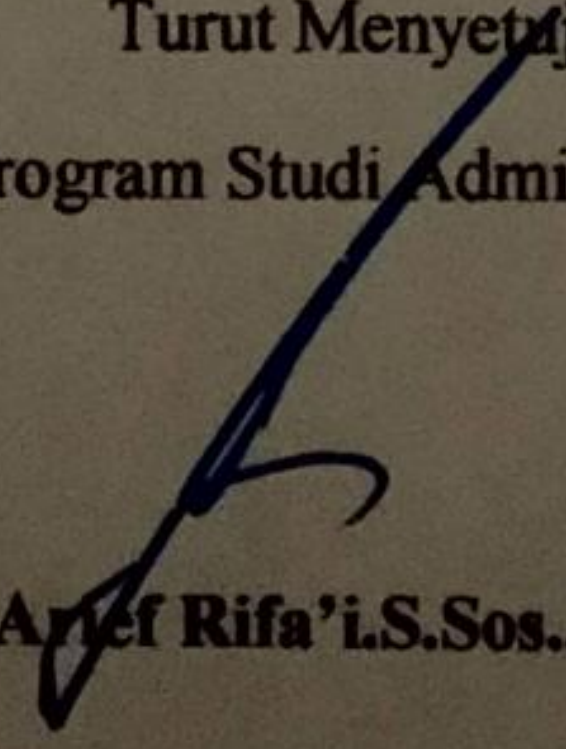
Pekanbaru, 29 November 2021

Pembimbing

  
Arief Rifa'i.S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

  
Arief Rifa'i.S.Sos., M.Si



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan segala aktivitas dalam menyelesaikan Naskah Usulan Penelitian yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru” yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau. Berbagai kesulitan dan hambatan dalam penulisan proposal ini banyak dihadapi penulis, namun berkat bimbingan dan petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak, baik moral maupun materil sehingga Naskah Usulan Penelitian ini dapat diselesaikan.

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau
2. Bapak Indra Safri, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik
3. Bapak Drs. Parjiana, M.Si., selaku Wakil Dekan II Bidang Keuangan
4. Bapak Dr. Kasmanto Rinaldi, S.H., M.Si., selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan

5. Bapak Arief Rifa'i Harahap , S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis sekaligus sebagai Dosen Pembimbing saya yang penuh kesabaran, meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan penelitian ini
6. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dari segi ilmu dan proses perkuliahan berlangsung
7. Kepala Tata Usaha beserta Staf, yang telah membantu melancarkan administrasi dalam pengurusan judul penelitian ini
8. Kepala Perpustakaan beserta Staf, selaku yang telah menyediakan buku-buku dan berkenan meminjamkan untuk menjadikan referensi dalam penelitian ini
9. Teristimewa untuk Ibunda tercinta Tuti Suryati, S.Pd., dan Ayahanda terkasih Zenal, S.Pd., beserta keluarga tercinta yang telah selalu memberikan do'a dan membiayai dari awal perkuliahan dan sampai nanti selesai perkuliahan ini
10. Ebsan Framadya L.T, Arum Haerani, Ananda Putri M, Sri Wulandari, Putri Kholifah, Annisa Nastiti, teman satu kelas, yang sudah banyak membantu proses penyusunan skripsi ini dan memberikan pengalaman selama proses kuliah berlangsung
11. Serta pihak yang tidak bisa disebutkan lagi satu persatu yang telah membantu dan melancarkan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Allah SWT, senantiasa memberikan imbalan berupa kesehatan, kemurahan rezeki, dan pahala yang setimpal dengan seluruh pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan penelitian ini. Penulis masih menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada yang memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga Naskah Usulan Penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembacanya.

Pekanbaru, Oktober 2020

Penulis

Zulpiani Zamil



## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
SURAT PERNYATAAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	17
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	18
<b>BAB II KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR .....</b>	<b>20</b>
A. Studi Kepustakaan .....	20
1. Konsep Administrasi .....	20
2. Konsep Administrasi Bisnis .....	21
3. Konsep Organisasi .....	23
4. Konsep Manajemen .....	24
5. Konsep Pemasaran .....	25
6. Konsep Manajemen Pemasaran .....	25
7. Konsep Bauran Pemasaran.....	26
8. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia .....	27
9. Konsep Karakter Kewirausahaan .....	28
10. Konsep Multi Level Marketing .....	29
11. Konsep Kinerja Usaha.....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis.....	35



E. Konsep Operasional .....	35
F. Operasional Variabel.....	37
G. Teknik Pengukuran .....	38
1. Skala Pengukuran Variabel Karakteristik Kewirausahaan .....	38
2. Skala Pengukuran Indikator Motivasi Berprestasi .....	40
3. Skala Pengukuran Indikator Orientasi Kedepan .....	41
4. Skala Pengukuran Indikator Jaringan Usaha.....	42
5. Skala Pengukuran Indikator Menghadapi Perubahan .....	44
6. Skala Pengukuran Indikator Kepemimpinan .....	45
7. Skala Pengukuran Variabel Kinerja Usaha .....	47
8. Skala Pengukuran Indikator Pertumbuhan Penjualan .....	48
9. Skala Pengukuran Indikator Pertumbuhan Keuntungan Usaha .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Tipe Penelitian .....	51
B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Populasi dan Sampel .....	52
D. Teknik dan Penarikan Sampel .....	53
E. Jenis dan Sumber Data.....	54
F. Teknik Pengumpulan Data .....	54
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	61
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	62
C. Logo Nu Skin .....	62
D. Struktur Organisasi.....	63
E. Fungsi Dan Tugas .....	65
F. Sistem Bisnis Nu Skin.....	68
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
A. Identitas Responden .....	70
1. Umur Responden.....	70
2. Jenis Kelamin.....	71
3. Tingkat Pendidikan .....	72
B. Hasil Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor <i>Multi Level Marketing</i> Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di <i>Walk In Center</i> Pekanbaru .....	73
C. Pengujian Instrumen Penelitian.....	87
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>95</b>

A. Kesimpulan ..... 95  
B. Saran..... 96

**DAFTAR PUSTAKA ..... 98**



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
I.1 Nama Produk Nu Skin .....	4
I.2 Jenjang Karir Distributor Nu Skin Pekanbaru Mei-Desember 2019 .....	12
I.3 Daftar Harga Produk Khusus Distributor Nu Skin Pekanbaru .....	14
I.4 Daftar Pendapatan Distributor Nu Skin .....	15
I.5 Perbandingan Harga Produk Oriflame dan Produk Nu Skin .....	16
II.1 Perbedaan Bisnis Model MLM dengan Bisnis Konvensional .....	30
II.2 Penelitian Terdahulu .....	31
II.3 Operasional Variabel .....	37
III.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
V.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Distributor Nu Skin Walk in Center Pekanbaru .....	74
V.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Kedepan .....	76
V.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Jaringan Usaha .....	78
V.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Menghadapi Perubahan .....	79
V.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepemimpinan .....	81
V.6 Rekapitulasi Total Skor Variabel X .....	83
V.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Usaha .....	84
V.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keuntungan Usaha .....	86
V.9 Rekapitulasi Total Skor Variabel Y .....	87
V.10 Hasil Instrumental Penelitian .....	88
V.11 Hasil Reabilitas Karakteristik Kewirausahaan dan Kinerja Usaha .....	90
V.12 Hasil Regresi Linear Sederhana .....	91
V.13 Uji Koefisien Korelasi Person .....	92

V.14 Koefisien Determinasi.....	93
V.15 Uji Persial (T) .....	94



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 Simulasi Reward Distributor Nu Skin .....	13
II.1 Kerangka Pikir .....	35
IV.1 Logo Nu Skin .....	62
IV.2 Struktur Organisasi Nu Skin .....	64
V.1 Distribusi Jumlah Responden Menurut Umur .....	70
V.2 Distribusi Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	71
V.3 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I : Daftar Kuesioner Penelitian Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru .....	100
Lampiran II : Daftar Wawancara Penelitian Penelitian Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru .....	105
Lampiran III : Tabel Tely Penelitian Penelitian Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru .....	109
Lampiran IV : Output Program SPSS V.22 Mengenai Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru .....	111
Lampiran VII: Dokumentasi Penelitian Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru .....	122





## SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian seminar proposal yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulpiani Zamil  
NPM : 177210152  
Jurusan : Administrasi Bisnis

Judul UP: Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru

Atas naskah yang di daftarkan pada Ujian Komprehensif Skripsi beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik, dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahawa saya ternyata terbukti melanggar atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya akan menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 29 November 2021

  
METERAI  
TEMPEL  
427AJX587640786  
Zulpiani Zamil



**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DISTRIBUTOR  
MULTI LEVEL MARKETING NU SKIN TERHADAP KINERJA USAHA DI  
WALK IN CENTER PEKANBARU**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan distributor multi level marketing Nu Skin terhadap kinerja usaha di walk in center Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan stratified Random Sampling dalam penarikan sampel penelitian. Data diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan spss v.22. Hasil analisis diperoleh Variabel X berdasarkan olah data dan total skor berada pada kategori sangat setuju dengan total 3.385, artinya berdasarkan jawaban 30 responden penelitian disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan sangat memiliki pengaruh untuk kinerja usaha, sementara variabel Y berdasarkan olah data dan total skor memperoleh skor 513 dan juga berada pada kategori sangat setuju. Berdasarkan jawaban 30 responden penelitian diketahui, skor tertinggi dimiliki oleh indikator menghadapi perubahan pada variabel X (Karakteristik Kewirausahaan) sebesar 1.059. Hasil analisis dengan SPSS versi 22 pada uji validitas dinyatakan bahwa pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha dinyatakan valid, dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikan 0.05 (5%). Pada pengujian reabilitas variabel X dan Y dinyatakan realibel karena cronbac alpha  $>$  0.06. Hasil uji regresi linear sederhana, didapati persamaan  $Y = 5,603 + 0,671 X$ . Dari persamaan tersebut, maka dapat diartikan nilai  $a = 5.639$  menunjukkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan adalah konstan, maka variabel kinerja usaha berpengaruh sebesar 5,603 sedangkan koefisien regresi linear sederhananya 0.671 yang artinya perubahan pada variabel X akan mempengaruhi variabel Y. Hasil uji korelasi personnilai signifikan dari hubungan karakteristik kewirausahaan dan kinerja usaha yaitu 0.000. maka dapat diartikan bahwa antara kedua variabel penelitian memiliki hubungan. Dan tingkat hubungan antara variabel karakteristik kewrausahaan dan kinerja usaha adalah sebesar



0.000 yang artinya tingkat keterkaitannya lemah. Koefisien determinan sebesar 0.671 atau 67.1%. sehingga berdasarkan hal tersebut maka diartikan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha pada Distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru sebesar 67.1. T-hitung karakteristik kewirausahaan bernilai 4.783 >t-tabel sebesar 2.048. ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini.

Kata Kunci : Karakteristik Kewirausahaan, Kinerja Usaha, Nu Skin, Multi Level Marketing.



***THE EFFECT OF NU SKIN MULTI LEVEL MARKETING DISTRIBUTOR  
ENTREPRENEURSHIP CHARACTERISTICS ON BUSINESS PERFORMANCE  
AT WALK IN CENTER PEKANBARU***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of the entrepreneurial characteristics of Nu Skin's multi-level marketing distributor on business performance at the Pekanbaru walk-in center. This study uses stratified random sampling in the sampling of the study. Data were obtained through questionnaires and interviews. Analysis of the data used is simple regression analysis with spss v.22. The results of the analysis obtained that Variable X was based on data processing and the total score was in the category of strongly agree with a total of 3,385, meaning that based on the answers of 30 research respondents, it was concluded that entrepreneurial characteristics have an influence on business performance, while variable Y based on data processing and the total score obtained a score of 513 and also in the category of strongly agree. Based on the answers of 30 research respondents, it is known that the highest score is owned by the indicator facing changes in the X variable (Entrepreneurial Characteristics) of 1,059. The results of the analysis with SPSS version 22 on the validity test stated that the influence of entrepreneurial characteristics on business performance was declared valid, where  $r_{count} > r_{table}$  with a significant level of 0.05 (5%). In the reliability test, the variables X and Y were declared reliable because cronbac alpha  $> 0.06$ . The results of a simple linear regression test, found the equation  $Y = 5.603 + 0.671 X$ . From this equation, it can be interpreted that the value of  $a = 5.639$  indicates that the entrepreneurial characteristic variable is constant, then the business performance variable has an effect of 5.603 while the simple linear regression coefficient is 0.671, which means that changes in the X variable will affect the Y variable. entrepreneurial characteristics and business performance that is 0.000. it can be interpreted that*



between the two research variables have a relationship. And the level of relationship between the variables of entrepreneurial characteristics and business performance is 0.000, which means the level of correlation is weak. The coefficient of determinant is 0.671 or 67.1%. so based on this, it means that the entrepreneurial characteristic variable affects the business performance of the Nu Skin Distributor at the Pekanbaru Walk In Center by 67.1. The *t*-count of entrepreneurial characteristics is 4.783 > *t*-table of 2,048. This means that there is a significant influence between the X and Y variables in this study.

*Keywords : Entrepreneurial characteristics, Business Performance, Nu Skin, Multi Level Marketing*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, manusia dituntut untuk melakukan segala hal dengan cepat dan efisien. Dalam segala sektor apapun, para pengusaha berlomba-lomba untuk menjual barang ataupun jasanya guna memenuhi kebutuhan masyarakat di zaman modern sekarang ini. Sebagai tujuan utama perusahaan didirikan, selain untuk memenuhi kebutuhan manusia juga untuk mendapatkan keuntungan. Dengan memperoleh keuntungan maka dimungkinkan suatu perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya bahkan dapat mengembangkannya agar lebih maju dan berkembang.

Pada dasarnya seorang individu menginginkan berada pada taraf kehidupan yang baik, taraf kehidupan tersebut ditandai salah satunya dengan meningkatnya kemampuan ekonomi seseorang. Paradigma ini menjelaskan bahwa seorang individu harus bekerja untuk mencapai itu semua, namun kenyataannya untuk masuk ke dunia kerja dan terserap sebagai tenaga kerja tidak semudah membalikkan telapak tangan. Sehingga solusi yang bisa ditempuh dari hal tersebut adalah menjadi seorang wirausaha.

Seorang wirausahawan, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan peluang yang menguntungkan, membuat sistem kerja yang baik agar usaha dapat berkembang dan hal terpenting adalah mampu membuat atau memiliki produk bermutu yang dapat menjadi penunjang keberhasilan sebuah usaha yang dirintis.



Namun, hal tersebut tidak lah mudah, menjadi seorang wirausahawan membutuhkan kerja keras dan motivasi yang tinggi, untuk itu, perintis usaha harus memiliki karakterisistik kewirausahaan sebagai *soft skill*. Menciptakan produk yang bermutu bukan pula hal yang mudah, sering kali konsumen merasa tidak percaya dengan produk baru meskipun produk tersebut bagus dan berkualitas. Realita seperti itu menjadi kesulitan tersendiri bagi wirausahawan untuk dapat *survive* dalam mengembangkan bisnisnya.

Menjadi seorang wirausaha saat ini tidak lagi harus memiliki produk sendiri, dewasa ini banyak sistem dagang yang memberikan kesempatan kepada seseorang untuk memaasarkan produk sebuah perusahaan dan memberikan kesempatan individu tersebut untuk membuat kerajaan bisnisnya dengan membangun jaringan yang menguntungkan. Sehingga menjadi wirausahawan tidak lagi sesulit yang dibayangkan. Hanya memerlukan kerja keras dan ketekunan serta motivasi tinggi agar berhasil mencapai puncak keberhasilan.

Indonesia masih dibayangi dengan kondisi melemahnya perekonomian belakangan ini. Namun dengan itu, industri penjualan langsung (*direct selling*) dilansir akan terus meningkat jumlahnya. Seperti yang diungkapkan oleh Djoko Hartanto Komara selaku Ketua Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) bahwa Indonesia memiliki lebih dari 300 perusahaan penjualan langsung atau *direct selling*. Dari angka tersebut, 200 diantaranya sudah memiliki SIUPL dan yang tergabung dalam APLI sebanyak 86 perusahaan.

Pada tahun 2014, industri penjualan langsung telah melibatkan lebih dari 11,74 juta orang *direct sellers*. Sementara, untuk pertumbuhannya pada kurun mencapai 11,3 persen dan hal ini diprediksi akan terus meningkat mengingat industri *direct selling* ini akan terus tumbuh seiring bonus demografi dan perkembangan kelas menengah yang besar. 1 Tingkat pertumbuhan yang baik tersebut, industri penjualan langsung di Indonesia berada di bawah Tiongkok, Jepang, dan Korea. Perkembangan bisnis penjualan langsung di Indonesia dilihat sangat signifikan. Dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang *Multi Level Marketing (MLM)* dan dengan *system* penjualan yakni *direct selling*.

Menurut Wikipedia, *direct selling* adalah sebuah strategi untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditujukan untuk memengaruhi tindakan konsumen. *Direct selling* muncul pertama kali di *The California Perfume Company* di New York tahun 1886 yang didirikan Oleh Dave McConnel. McConnel inilah yang memiliki ide memperkerjakan Mrs. Albee sebagai *California Perfume Lady* yang pertama dengan cara menjual langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah (*door to door*). Perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi Avon pada tahun 1939, sementara Mrs. Albee sendiri dianggap sebagai *Pioneer* metode penjualan *direct selling*. Kemudian Nutrilite tahun 1934 di California dengan metode baru, yakni dengan memberikan komisi tambahan pada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih, dan membantu anggota baru itu untuk ikut menjual produk. Metode baru ini memungkinkan

seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas.

Berikutnya, pada tahun 1959 berdiri Amway dengan metode penjualan yang sama dan kemudian lebih dikenal dengan metode penjualan *Multi Level Marketing (MLM)*. Salah satu perusahaan *direct selling* yang sedang naik daun dan pertumbuhannya sangat meningkat adalah Nu Skin Indonesia atau PT. Nusa Selaras Indonesia yang berada pada naungan Nu Skin *Enterprises*. Nu Skin Indonesia mencatat pertumbuhan yang sangat pesat sejak tahun 2008 dimana Nu Skin Indonesia mengandalkan produk-produknya seperti Galvanic Spa, g3, LifePak, Youth-Span, dan yang terbaru adalah rangkaian Antiaging Ageloc 3 Transformation.

**Tabel I.1 Nama Produk Nu Skin**

No.	Nama Produk	Gambar Produk	Harga Member
1.	<b>Galvanic Spa Face</b>		<b>Rp 4.850.000,.</b>
2.	<b>Lumispa</b>		<b>Rp 2.550.000,.</b>



3. Ageloc

Transformation

Rp 3.645.000,,-

**AGELOC TRANSFORMATION**

Problema: Keriput, flek, kendur dan berbagai masalah penuaan lainnya  
 Jenis kulit: kering, berminyak, kombinasi, normal.  
 Usia: 35 tahun keatas  
 Pakeklengkap: Supplement R2, ageloc peel, Exfoliant scrub/foxy pack

**Cleanse & Tone**  
 Perubah hasil dari basic yang sudah tergebug dengan Toner. Melembabkan, melembutkan, menenangkan dan mempersiapkan kulit untuk perawatan selanjutnya

**Future Serum**  
 8 masalah penuaan dipecahkan dengan satu serum luar biasa ini dengan formula sigel/CC yang tidak ada lainnya

**Radiant Day**  
 Kim siang yang menenangkan, melembutkan dan melindungi kulit dari matahari. (SPF 25)

**UV Block**  
 Kim siang yang mengandung ester DHA untuk memperbaiki dan melindungi kulit dari matahari (SPF 30)

**Transforming Night**  
 Kim malam yang melembutkan dan mengurugi garis halus, kerutan dan pori - pori. Kim ini juga memperbaiki sel - sel kulit agar bening, lembut dan kenyal saat kita bangun pagi



4. 180 System

Rp 2.436.000,,-



5. Paket Nutricentials

Rp 1.591.000,,-



6. Tri Phasic White

Rp 1.785.000,,-

**TRI PHASIC WHITE SYSTEM**

Problema: Kemerahan, flek, warna kulit tidak merata  
 Jenis kulit: Normal, berminyak, kombinasi. (kuli kering perlu pelembab tambahan)  
 Usia: 30 tahun keatas  
 Pakeklengkap: Toner supplement + Exfoliant scrub + TPW masker

**TPW Cleanser**  
 Murni dan lembut membersihkan wajah di permukaan kulit

**TPW Day Lotion**  
 Dengan SPF 15 melindungi kulit dari sinar matahari yang berbahaya

**TPW Essence**  
 Kulit putih cerah dan menyala dengan kulit yang sedang dalam

**TPW Toner**  
 Mengurangi masalah kulit yang ada di permukaan kulit & mempersiapkan kulit sehingga meminimalkan flek dan juga meratakan warna kulit

**Night Cream**  
 Menenangkan, menenangkan dan melembutkan kulit dalam 15 menit



7. Clear Action System

Rp 1.560.000,,-



8. Nutriol Energizing  
Shampoo



Rp 386.000,.

9. Glacial Marinne  
Mud



Masker lumpur yang dapat menarik kotoran keluar, mengangkat sel-sel kulit mati dan nutrisi kulit dengan lebih dari 50 jenis mineral yang akan menampilkan kulit cantik Anda.

- ✓ Mampu menyerap kotoran dari kulit seperti debu, kulit mati dan minyak tanpa merusak lapisan pelembab alami yang penting.
- ✓ Membuat kulit wajah lebih bersih dan halus.
- ✓ Memertahankan kulit yang memerah.
- ✓ Mengencangkan kulit dan mengecilkan pori-pori wajah yang besar.
- ✓ Dapat menghilangkan jerawat dengan pemakaian yang teratur.

Rp 368.000,.

10. Cholestimax



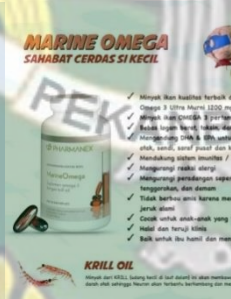
**CholestiMax**

CholestiMax adalah suplemen makanan dgn formula khas yg terstandarisasi scr ilmiah & th didukung scr klinis utk pemeliharaan kadar kolesterol yg sehat.

- Mengapa memilih CholestiMax?  
Bekerja peris apt obat kolesterol lainnya di pasaran, tetapi **TANPA** efek samping
- Tn. Zistandarisasi mengandung bhn aktif 600mg beras rasi merab (Monascus Purpureus Went) kualitas tinggi
  - Menurunkan kadar kolesterol total
  - Menurunkan kadar kolesterol LDL (kolesterol jahat)
  - Menurunkan resiko penyakit kardiovaskular (jantung & pembuluh darah)
  - Bebas Citrin dan kandungan khas yg 100% alami tpa bhn2 kimia

Rp 486.000,.

11. Marine Omega



**MARINE OMEGA**  
SAHABAT CERDAS SI KECIL

- ✓ Merupakan krill terbaik dengan kandungan Omega 3 Ultra Murni 1250 mg/hati
- ✓ Mengandung Omega 3 puritas dengan KRILL OIL
- ✓ Bebas kolesterol, bebas lemak jenuh
- ✓ Mengandung DHA & EPA untuk kesehatan jantung, otak, sendi, saraf pusat dan kulit
- ✓ Meningkatkan sistem imun / kesehatan tubuh
- ✓ Mengurangi resiko alergi
- ✓ Meningkatkan perlindungan seperti di saat flu, radang tenggorokan, dan demam
- ✓ Tidak berbau amis karena mengandung minyak jarak dalam
- ✓ Cocok untuk anak-anak yang tidak suka makan ikan
- ✓ Halal dan teruji klinis
- ✓ Baik untuk ibu hamil dan menyusui

**KRILL OIL**

Murni dari KRILL, tanpa hasil di laut dalam by akan membawa 20% & EPA ke pembuluh darah anda sehingga tubuh anda semakin sehat, meningkatkan daya kesehatan, meningkatkan IQ otak.

Rp 486.000

12. Tegreen97



**Tegreen**

Antiokeidasi yang sangat kuat  
**99,5%**  
Bebas Kafein

- ✓ Mengandung Polifenol 97%
- ✓ Bermamfaat untuk mendukung kesehatan sel dalam jangka panjang
- ✓ Memberikan efek thermogenesis; meningkatkan metabolisme tubuh
- ✓ Menekan pertumbuhan sel kanker tanpa merusak sel normal
- ✓ 100 x lebih kuat dari vit. C
- ✓ 25 x lebih kuat dari Vit. E
- ✓ Mencerahkan kulit, meningkatkan Kolagen & Elastin
- ✓ Meningkatkan pembakaran lemak
- ✓ Meningkatkan respon insulin



Rp 719.000,.

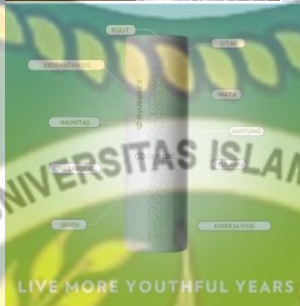


13. Lifepak



Rp 685.000,.

14. Youth-Span



Rp 1.890.000,.

15. Jus G3



Rp 1.150.000,.

16. Ageloc TR90



Rp 15.800.000,.

17. Ageloc R2



Rp 1.375.000,.

18. Napca



Rp 79.000,.

19. Scion Roll on



Rp 55.000,.

20. AP24 Toothpaste



Rp 65.000,.

---

*Observasi Penulis, 2019*

Nu Skin Indonesia saat ini menjadi pemimpin dalam *industry* perawatan kulit atau *Anti-Aging* dengan teknologi bahan-bahan ilmiah terdepan dan formula yang bermanfaat untuk kulit. Berbicara mengenai *direct selling*, tentunya tidak terlepas dari peran seorang Distributor. Pentingnya seorang distributor menjadikan Nu Skin Indonesia sebagai Negara pencetak distributor paling cepat dibandingkan dengan Negara lain yang ada di Asia Tenggara. Saat ini ada distributor Indonesia yang mempunyai penghasilan sebesar US\$ 1 juta, jika dirupiahkan sekitar Rp. 10 miliar. Bukan sebuah nominal yang kecil untuk ukuran penghasilan dan dalam



kurun 2 tahun kedepan diprediksi akan bermunculan distributor-distributor baru dengan penghasilan yang sama.

Nu Skin pada awalnya berdiri di Provo, Utah, Amerika pada tahun 1984 saat ini menduduki peringkat ke-4 perusahaan terbesar setelah Windows, KFC, dan Google. Dengan motto *All of the good, none of the bad* menjadikan Nu Skin sebagai perusahaan dengan aset yang dimiliki sebanyak 6 triliun dengan total *income* pada tahun 2012 sebanyak 1,7 miliar dan selalu mencetak *milioner* setiap tahunnya. Nu Skin Indonesia tidak hanya berfokus kepada penjualan langsung atau *direct selling*, tetapi perusahaan yang berfokus kepada pemenuhan produk-produk *Anti-Aging* no.1 di dunia. Produk tersebut menjadikan Nu Skin satu-satunya perusahaan yang memiliki teknologi berbasis genetika manusia yang telah diteliti oleh para ilmuwan terkemuka dan spesialis anti penuaan, mempelajari asal usul *genetic* selama lebih dari 30 tahun dan telah beroperasi di 52 pasar di seluruh dunia.

Tidak tanggung-tanggung Nu Skin bekerja sama dengan *Stanford University* di Amerika. Melihat hal diatas, tentunya Nu Skin khususnya Nu Skin Indonesia bukan lagi menjadi perusahaan yang bertaraf kecil atau lokal, namun Nu Skin Indonesia merupakan perusahaan besar yang sudah bertaraf *international*. Hal tersebut menjadi kebanggaan Nu Skin Indonesia serta para pelaku bisnisnya untuk terus meningkatkan kinerja serta mengembangkan bisnisnya bersama Nu Skin Indonesia.

Nu Skin Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan langsung dengan sistem *Multi Level Marketing* dimana Nu Skin Indonesia saat ini menduduki peringkat 5A1 dimana peringkat tersebut menjadi peringkat terbaik di dunia yang sudah berdiri selama 30 tahun lebih lamanya dan Nu Skin Indonesia tidak memiliki hutang serta tunggakan selama ia berdiri. Rating 5A1 juga menjadi rating ekonomi paling terbaik di dunia dimana tidak ada aktivitas PHK atau pemecatan karyawan sehingga berkurang sumber daya manusianya. Pada hal ini Nu Skin terdaftar di Forbes.com sebagai perusahaan yang memiliki peringkat 5A1 terbaik didunia.

Dengan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Nu Skin Indonesia merupakan perusahaan yang memiliki kualitas terbaik dibidangnya, melalui segala pencapaian yang telah diraih. Namun dengan itupun, Nu Skin tidak bisa begitu saja merasa bangga akan hal itu, Nu Skin harus berusaha untuk mempertahankan pencapaiannya sekarang dan dimasa yang akan datang. Mengingat bahwa saat ini perusahaan yang bergerak dibidang *direct selling* sangat banyak dan cukup berkembang di Indonesia dan itu artinya akan semakin banyak pesaing atau *competitor* yang dihadapi oleh Nu Skin Indonesia.

Tentunya ini bukan perkara yang mudah, Nu Skin Indonesia harus berinovasi menciptakan perhatian publik agar tetap menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan publiknya. Mempertahankan kejayaan perusahaan sama artinya dengan mempertahankan citra perusahaan. Dengan kejayaan yang dicapai, tentunya muncul kesan yang baik timbul dari publik. Untuk membangun citra perusahaan, perlu dilakukan beberapa aksi komunikasi yang membangun. Dapat



kita ketahui bersama, Nu Skin Indonesia saat ini memiliki citra perusahaan yang sangat baik. Hal tersebut diraih dari pencapaian, penghargaan yang diraih Nu Skin Indonesia selama Ia berdiri. Untuk dapat pula menghadapi persaingan, inovatif perusahaan harus dijalankan. Persaingan tersebut di jalankan oleh Nu Skin Indonesia dengan sehat. Melalui perkembangan bisnis dan menciptakan teknologi canggih yang berbahan alami, Nu Skin Indonesia percaya dapat menghadapi persaingan tersebut. Untuk dapat terus mengembangkan serta memperlebar jaringan bisnisnya,

Nu Skin Indonesia menerapkan beberapa proyek atau kegiatan supaya pasarnya terus berada di hati publik. Salah satu yang diterapkan oleh Nu Skin Indonesia adalah Pameran dagang atau *Expo*. Pada tahun 2018 ini, Nu Skin Indonesia khususnya Nu Skin Pekanbaru menggelar Nu Skin AgeLOC Expo 2018 yang di gelar di Mal SKA Pekanbaru jl. Soekarno Hatta pada September 2018, dimana *expo* tersebut akan menghadirkan produk-produk Nu Skin yang akan disuguhkan kepada tamu yang datang secara gratis. Diadakannya *expo* tersebut membuktikan Nu Skin Indonesia khususnya Nu Skin Pekanbaru terus *meng-create history*.

Dengan memunculkan teknologi-teknologi baru yang dapat membantu masyarakat Indonesia khususnya kota Pekanbaru mengatasi gejala-gejala penuaan dini dengan membangun sel-sel pemudaan mulai dari sekarang. *Event NU SKIN AGELOC EXPO 2018* perlu dikelola dengan matang, hal tersebut supaya tujuan yang ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Perlunya

pengelolaan dimaksudkan agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan teratur, lancar sampai akhir.

Yang tergabung di Nu Skin adalah distributor-distributor yang memiliki keyakinan dapat mengembangkan bisnis mereka di Nu Skin ini khususnya di Nu Skin Pekanbaru. Distributor adalah orang yang memiliki keahlian dalam melakukan *direct selling* atau penjualan langsung kepada konsumen.

**Tabel I.2 Jenjang Karir Distributor Nu Skin Pekanbaru Mei-Desember Tahun 2019**

Bulan	Brand Representative (Executive)	Brand Partner (Gold)	Senior BP (Lapis)	Executive BP (Ruby)	Brand Director (Emelard)	Senior BD (Diamond)	Executive BD (Blue Diamond)
Mei	226	49	12	6	4	4	0
Juni	7	57	21	9	3	1	2
Juli	263	85	21	12	14	11	1
Agt	294	70	28	11	6	5	3
Spt	318	74	30	22	13	2	0
Okt	350	72	46	24	5	3	3
Nov	297	94	27	39	28	10	0
Des	213	53	23	10	3	2	2

Sumber : Observasi Penulis, 2019

Pada tabel I.2 menjelaskan tentang jenjang karir distributor Nu Skin di Pekanbaru bahwa setiap tahunnya ada kenaikan dan penurunan jenjang karir seorang distributor. Jenjang karir distributor Nu Skin berawal dari distributor biasa yang mana distributor biasa harus mengumpulkan poin sebanyak 6000 poin selama 6 bulan. Apabila sudah terkumpul, maka *title* distributor akan naik menjadi *executive*, *brand partner*, dan seterusnya. Tiap *tittle* memiliki akumulasi poin yang berbeda-beda. Disitulah karakter seorang distributor harus terbentuk menjadi distributor yang tidak gengsi, tidak pemalas, dan komitmen agar poin-



poin yang mereka kumpulkan sesuai dengan waktu yang ditentukan Nu Skin. Sehingga jenjang karir tiap distributor bisa tercapai dengan maksimal.

Nu Skin adalah perusahaan MLM yang mana didalamnya terdapat istilah *Upline* dan *Downline*. *Upline* lebih 1 level diatas *downline* yang mana *downline* adalah distributor hasil dari *upline* merekrut orang baru untuk dibimbing menjalankan penjualan langsung produk ke konsumen.

Sistem di Nu Skin saat ini sudah menggunakan sistem *marketing plan velocity*. Artinya, komisi bisa didapatkan harian (distributor biasa), *building* bonus yaitu mingguan (*brand representative*), *leading* bonus yaitu bulanan (*brand partner above*). Sistem ini memudahkan para distributor untuk menghasilkan *income* lebih besar karena bisa didapatkan langsung sesaat setelah mereka belanja produk dari pembelanjaan *level 1*. Distributor yang sudah sampai pada *title* tinggi dan berhasil mengumpulkan poin yang sudah ditargetkan Nu Skin, akan mendapatkan *reward 2* tiket liburan ke luar negeri setiap tahunnya.

Perusahaan MLM memberikan reward atau insentif kepada distributor yang berprestasi. Penghargaan kepada distributor yang mengembangkan jaringan di bawahnya (*down line*) dengan cara bersungguh-sungguh dalam menjalankan bisnisnya. WIC Nu Skin Pekanbaru Dalam hal menetapkan insentif ini, sejumlah syarat harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

### Gambar 1.1 : Simulasi *Reward* Distributor Nu Skin



Menjadi seorang distributor Nu Skin, yang terpenting adalah modal *soft skill* dalam membangun jaringan usaha dan memiliki manajemen yang baik. Setiap distributor akan selalu memperoleh produk melalui kantor resmi Nu Skin di Jl.Jend.Sudirman Kota Pekanbaru. Sama halnya dengan membeli produk disebuah outlet, setiap distributor akan di beri kartu identitas pengenalan sebagai distributor dan akan mendapatkan harga khusus distributor. Berikut harga produk yang diperoleh sebagai harga spesial distributor :

**Tabel I.3: Daftar Harga Produk Khusus Distributor Nu Skin Pekanbaru**

Kode Produk (Product Code)	Keterangan (Description)	Harga Brand Affiliate	PSV	QTY	SHARING BONUS
<b>NUTRIOL®</b>					
41101219	Nutriol® Energizing Shampoo 125ml	586.000	29		7.018
	Nutriol® Hair Fitness Treatment 12x7ml	725.000	53		13.182
<b>AGELOC®</b>					
41003888	ageLOC® Transformation Set	3.645.000	300		72.900
41003882	ageLOC® Gentle Cleanse & Tone 60ml	446.000	37		8.920
41003883	ageLOC® Future Serum 30ml	1.890.000	160		37.800
41003904	ageLOC® Radiant Day SPF22 25 ml	714.000	58		14.280
41003880	ageLOC® Transforming Night 30ml	821.000	68		16.400
<b>AGELOC® ME®</b>					
41150633	ageLOC® Me® Loyalty Pack	4.100.000	200		600.000
	ageLOC® Me® Customized Set*	1.838.000	120		66.836
<b>AGELOC® LUMISPA®</b>					
41150713	ageLOC® LumiSpa® Normal/Combo	2.550.000	100		225.000
41150714	ageLOC® LumiSpa® Dry	2.550.000	100		225.000
41150715	ageLOC® LumiSpa® Oily	2.550.000	100		225.000
41001491	ageLOC® LumiSpa® AC Sensitive	450.000	25		67.500
41001492	ageLOC® LumiSpa® AC Normal/Combo	450.000	25		67.500
41001493	ageLOC® LumiSpa® AC Oily	450.000	25		67.500
41001494	ageLOC® LumiSpa® AC Dry	450.000	25		67.500
41310013	ageLOC® LumiSpa® Surface Head Normal	450.000	25		67.500
41310015	ageLOC® LumiSpa® Surface Head Firm	450.000	25		67.500
<b>CLEAR ACTION®</b>					
41110391	Clear Action® System	1.560.000	126		35.455
41110388	Clear Action® Cleanser	420.000	34		9.545
41110387	Clear Action® Toner	363.000	29		8.295
41110389	Clear Action® Day Treatment	455.000	37		10.341
41110390	Clear Action® Night Treatment	455.000	37		10.341
<b>EPOCH®</b>					
41102811	Ava Puh! Shampoo and Light Conditioner 250ml	175.000	13		4.718
41110845	Blemish Treatment 15ml	137.000	10		5.000
41110809	Glacial Marine Mud® 200gr	368.000	26		11.709
41102902	Glacial Marine Mud® Pack 5 Sachets	95.000	7		4.318
41001524	Assure Essential Oil	475.000	35		12.955
41001526	Brisk Essential Oil	475.000	35		12.955
41001525	Burst Essential Oil	475.000	35		12.955
41001522	Lavender Essential Oil	475.000	35		12.955
41001523	Lemon Essential Oil	289.000	21		7.882
	Move Essential Oil	670.000	49		18.273
	Peppermint Essential Oil	475.000	35		18.273
41001527	Unwind Essential Oil	475.000	35		12.955
41001528	Topical Blending Oil	360.000	26		9818

Sumber : Nu Skin Pekanbaru,2021



Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan, bahwa distributor akan mendapatkan penawaran harga khusus setiap produk Nu Skin, sehingga mereka akan membeli dengan harga yang tertera diatas, kemudian akan dijual kembali kepada konsumen. Demikian adalah proses aktivitas seorang distributor dalam upaya mengembangkan bisnis dan jaringannya. Meskipun demikian, masih sering dijumpai distributor yang stagnan, artinya dalam kurun waktu yang cukup lama mereka belum mampu mengembangkan bisnisnya dan membangun jaringan usahanya, padahal untuk dapat naik ke level selanjutnya seorang distributor dituntut untuk mampu memaanajemen tim nya sendiri dan mensukseskan *downline* mereka masing-masing, sering kali hal tersebut terjadi karena distributor tersebut kurang bersungguh-sungguh mengembangkan usahanya. Disamping itu pula, yang menjadi permasalahan sering kali kemampuan komunikasi dan koneksi seorang distributor dengan orang-orang di sekelilingnya. Berikut data penghasilan yang dapat diperoleh seorang wirausaha Nu Skin.

**Tabel I.4 : Daftar Pendapatan Distributor Nu Skin**

NO	Level	Penghasilan (Per Bulan)
1.	Brand Affiliate	Rp.500.000
2.	Brand Eksekutif	5.000.000
3.	Leader	10.000.000 keatas

*Sumber : Nu Skin Pekanbaru,2021*

Apabila usaha ini ditekuni, berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat, menjadi distributor Nu Skin cukup menjanjikan. Namun, tidak semua distributor berkomitmen untuk menekuni usaha ini. Nu Skin Indonesia hadir di beberapa kota

besar seperti Jakarta, Medan, Surabaya, Bekasi, Makassar, Bandung, Serpong, Semarang, dan Pekanbaru. Berdirinya Nu Skin yang merupakan perusahaan MLM tentu memiliki banyak *competitor* untuk menyaingi perusahaannya. Contoh *competitor* yang bergerak dibidang MLM juga adalah Herbalife, Oriflame, Amway, dan Tupperware. Untuk itu, Nu Skin senantiasa selalu menciptakan inovasi baru untuk mempertahankan citra perusahaannya sehingga Nu Skin selalu mengeluarkan produk baru yang berbasis teknologi untuk bisa bertahan dan bersaing dengan *competitornya*.

**Tabel I.5 Perbandingan Harga Produk Oriflame dan Produk Nu Skin**

No	Nama Produk	Nama Perusahaan	
		Nu Skin	Oriflame
1.	Roll on	Rp 55.000,-	Rp 34.900,-
2.	Handbody	Rp 215.000,-	Rp 89.900,-
3.	Scrub Wajah	Rp 110.000,-	Rp 49.900,-
4.	Sabun Mandi	Rp 110.000,-	Rp 69.900,-
5.	Lulur Badan	Rp 79.000,-	Rp 149.000,-

*Sumber: Perusahaan Nu Skin dan Oriflame, 2019*

Tabel I.3 menjelaskan tentang perbandingan harga produk Nu Skin dengan produk kompetitor yaitu Oriflame yang membuat konsumen melakukan perbandingan dan pertimbangan untuk melakukan pembelian.



Penulis menemukan fenomena pada penelitian ini, yaitu:

1. Karakter distributor dalam berwirausaha yang tidak bisa berkomitmen menjalankan penjualan langsung ke konsumen akan mengalami kelambatan berkembang dibisnis ini
2. Distributor yang tidak merubah karakternya untuk berkembang dibisnis ini akan mengalami hasil kinerja yang tidak baik
3. Karakter seorang distributor sangat berpengaruh pada hasil kinerja usaha distributor itu sendiri. Apabila karakter distributor itu baik, maka hasil kinerja yang didapat juga akan meningkat.

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor *Multi Level Marketing* Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha di *Walk In Center* Pekanbaru”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Karakteristik Kewirausahaan Distributor Nu Skin di *Walk In Center* Nu Skin Pekanbaru?
2. Bagaimanakah Kinerja Usaha Distributor Nu Skin di *Walk In Center* Nu Skin Pekanbaru?
3. Bagaimanakah Karakteristik Kewirausahaan Distributor Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Distributor di *Walk In Center* Nu Skin Pekanbaru?

4.

### C. TUJUAN dan KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dan Menjelaskan Karakteristik Kewirausahaan Distributor Nu Skin di *Walk In Center* Pekanbaru
2. Menganalisis dan Menjelaskan Kinerja Usaha Distributor Nu Skin di *Walk In Center* Pekanbaru
3. Menganalisis dan Menjelaskan Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Distributor di *Walk In Center* Pekanbaru

Adapun Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna khususnya bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau sebagai sumber referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan menambah sumber pustaka yang telah ada terkait pengaruh karakteristik distributor terhadap kinerja usaha.

b. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian dibidang yang sama dengan penelitian ini.



c. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bisa menjadi penambahan informasi dan bahan referensi berupa saran untuk mengevaluasi distributor itu sendiri terkait pengaruh karakteristik terhadap kinerja usaha.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Konsep Administrasi

###### Administrasi dalam Arti Sempit

Menurut Handyaningrat (2002:2) dalam bukunya Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen adalah Administrasi secara sempit berasal dari kata *Administratie* (bahasa Belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan (*clerical work*). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan administrasi dalam arti sempit merupakan kegiatan ketatausahaan yang meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan dan pengarsipan surat serta hal-hal lainnya yang dimaksudkan untuk menyediakan informasi serta mempermudah memperoleh informasi kembali jika dibutuhkan.

###### Administrasi dalam Arti Luas

Administrasi dalam arti luas berasal dari kata *Administration* (bahasa Inggris) yang dikemukakan beberapa ahli dan dikutip oleh Soewarno Handyaningrat dalam bukunya Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen (2002:2). Administrasi dalam arti luas yaitu Leonard D. White dalam bukunya *Introduction to The Study of Public Administration* mengatakan *Administration is a process common to all group effort, public or private, civil or military, large scale or small scale... etc.* (Administrasi adalah suatu proses yang



pada umumnya terdapat pada semua usaha kelompok, negara, swasta, sipil, atau militer, usaha besar atau kecil, dan sebagainya).

Definisi tersebut menjelaskan administrasi memerlukan sebuah tindakan yang dapat berupa bimbingan, kepemimpinan, pengawasan yang efektif yang merupakan fungsi-fungsi administrasi untuk mencapai suatu tujuan bersama yang sudah ditentukan.

Menurut Siagian (2008:2) dalam buku Filsafat Administrasi mengatakan “Administrasi adalah satu keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”

Jadi, dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tentang administrasi oleh pendapat para ahli di atas bahwa pada dasarnya administrasi merupakan kegiatan dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu melalui suatu kerjasama di dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

## **2. Konsep Administrasi Bisnis**

Administrasi bisnis atau sering disebut dengan administrasi niaga adalah suatu bidang studi khusus yang mempelajari segala sesuatu yang terkait dengan kegiatan operasional bisnis dan perusahaan. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi pemasaran atau marketing, pengelolaan keuangan, pengelolaan personalia (SDM),

hingga produksi selain operasional bisnis, administrasi bisnis juga meliputi ilmu tentang cara menciptakan produk baru.

Menurut kamaluddin (2017:1) administrasi bisnis adalah suatu fungsi yang memegang peranan penting terhadap tercapainya kelancaran suatu usaha kegiatan, maupun aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan/organisasi. Administrasi bisnis tersebut adalah suatu seni penerapan proses yang terikat pada kondisi, situasi, waktu dan tempat suatu usaha atau bisnis.

Menurut Boone dan Kurtz (2017:242) administrasi bisnis merupakan suatu ilmu yang membahas tentang kemungkinan keberhasilan bisnis serta yang berkaitan dengan tantangan-tantangan yang dihadapi para pelaku usaha seperti perorangan hingga skala perusahaan besar dalam menghadapi era persaingan dunia yang semakin modern.

Menurut Atmosudirdjo (2012:6) pengertian administrasi bisnis adalah suatu organisasi niaga secara keseluruhan dan mengejar tercapainya tujuan-tujuan yang bersifat bisnis objektif, dan administrasi niaga tersebut dijalankan oleh setiap manager dalam suatu organisasi niaga.

Menurut Sheldo dan Urwik (2003:54) menyatakan bahwa administrasi niaga adalah industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan control tertinggi eksekutif.



### 3. Konsep Organisasi

Disiplin administrasi akan terpusat pada penelaahan tentang organisasi, sebab fenomena kerja sama sebagai telaahan ilmu administrasi hanyalah fenomena kerja sama yang berlangsung secara organisasional, maka peneliti mengemukakan beberapa pengertian dan definisi organisasi yang di kemukakan oleh para ahli di antaranya :

Menurut Siagian dalam bukunya Filsafat Administrasi (2008:7) Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah di tentukan dalam ikatan di mana terdapat seorang atau beberapa orang yang di sebut atasan dan seseorang atau beberapa orang yang di sebut bawahan.

Lubis dan Husein dalam Sedarmayanti (2000:20) dalam bukunya Restrukturisasi Dan Pemberdayaan Organisasi adalah Organisasi sebagai suatu kesatuan sosial dari kelompok manusia, yang saling berinteraksi menurut suatu pola tertentu sehingga setiap anggota organisasi memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing, yang sebagai sesuatu kesatuan mempunyai tujuan tertentu dan mempunyai batas batas yang jelas, sehingga dapat di pisahkan secara tegas dari lingkungannya.

Dari definisi tersebut organisasi merupakan suatu alat untuk pencapaian tujuan dari berbagai pihak yang berada di luar organisasi tersebut, dan sebagai alat yang terdiri dari sarana dan prasarana untuk pencapaian tujuan. Untuk itu

organisasi harus di buat secara rasional, dalam arti harus di bentuk dan beroperasi berdasarkan ketentuan formal dan perhitungan efisiensi supaya hasilnya efektif.

#### 4. Konsep Manajemen

Menurut Hasibuan (2005:1), Manajemen berasal dari kata to manage yang berarti mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen dalam mencapai tujuan manajemen yang merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

- a. Manajemen adalah suatu proses saat suatu kelompok orang bekerja sama mengarahkan orang lainnya untuk bekerja mencapai tujuan yang sama (Massie dan Douglas).
- b. Manajemen adalah suatu proses bekerja sama dengan dan melalui lainnya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan secara efisien menggunakan sumber daya yang terbatas di lingkungan yang berubah-ubah (Kreitner).
- c. Manajemen adalah koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian supaya mencapai tujuan tertentu yang ditentukan (Sisk).

Berdasarkan pengertian Manajemen diatas, Penulis menyimpulkan bahwa manajemen merupakan proses merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi.



## 5. Konsep Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2007:5), mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu proses social dan manjerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Konsep pemasaran adalah kegiatan perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Segala aktifitas yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Jadi dari definisi pemasaran di atas, Penulis berkesimpulan bahwa pemasaran berpijak pada konsep inti, yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk, nilai yang berhubungan dengan biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; serta hubungan pasar, pemasar, dan pemasaran.

## 6. Konsep Manajemen Pemasaran

Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Philip Kotler (2005:9) adalah “Manajemen Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga promosi, serta penyaluran gagasan barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi”.

Manajemen Pemasaran menurut Ginting (2011:23) adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan serta memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan membeli sasaran (target buyer) dengan maksud untuk mencapai tujuan operasional-operasionalnya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta menyalurkan gagasan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, kemudian berkembang untuk mendapatkan profit atau laba.

### **7. Konsep Bauran Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:52), bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P, adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran tersebut adalah:

1. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Indikator dari produk antara lain: ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, dan layanan.
2. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Indikator dari harga yaitu: daftar harga, diskon/potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
3. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Indikator tempat antara lain: saluran, cakupan, pemilahan, lokasi, persediaan, transportasi dan logistik.
4. Promosi adalah aktivitas yang memberitahu manfaat produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Indikator promosi adalah: iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.



Dari penjelasan diatas, penulis berkesimpulan bahwa bauran pemasaran sangat penting dalam perusahaan karena memperhatikan produk, harga, tempat, dan promosi akan menghasilkan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan.

### **8. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menurut Mary Parker Follett adalah suatu seni untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai pekerjaan yang diperlukan, atau dengan kata lain tidak melakukan pekerjaan-pekerjaan itu sendiri.

Menurut Edwin B. Flippo, manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi, dan masyarakat.

Manajemen sumber daya manusia (human resources management) adalah suatu kegiatan pengelolaan yang meliputi pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa bagi manusia sebagai individu anggota organisasi atau perusahaan bisnis.

Dari pengertian diatas, Penulis berkesimpulan bahwa manajemen sumber daya manusia sangat berpengaruh dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi atau individu karena didalamnya terdapat kegiatan seperti perencanaan, pengarahan dan pengawasan, pemeliharaan, pengembangan, pemberian kompensasi, dan pengintegrasian bagi setiap anggota organisasi perusahaan.

## 9. Konsep Karakter Wirausahawan

Mc Clelland mengajukan konsep *Need for Achievement* (selanjutnya disingkat (N-Ach) yang diartikan sebagai girus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berfikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil tindakan beresiko yang benar-benar telah diperhitungkan. Seseorang yang memiliki N-Ach tinggi biasanya lebih menyukai situasi kerja yang diketahui akan mengalami peningkatan/kemajuan atau tidak. Uang bagi mereka bukanlah tujuan. Mc Clelland merinci karakteristik mereka yang memiliki N-Ach yang tinggi sebagai berikut:

1. Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realistis
2. Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental
3. Tidak bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang
4. Ingin bekerja pada situasi dimana dapat diperoleh pencapaian pribadi (personal achievement)
5. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas positif
6. Cenderung berfikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

Ukuran N-Ach mampu menunjukkan seberapa besar jiwa entrepreneur seseorang. Semakin besar/tinggi nilai N-Ach seorang, semakin besar pula bakat potensinya untuk menjadi entrepreneur yang sukses.

Menurut Daryanto (2012:8) terdapat 12 karakteristik kewirausahaan yaitu, memiliki komitmen dan tekad yang kuat, bertanggung jawab, berambisi, tahan dengan resiko dan ketidakpastian, percaya diri, berdaya cipta dan luwes, haus kritikan, berenergi tinggi (energik), ingin unggul, berorientasi masa depan, belajar dari kegagalan, berjiwa pemimpin.

Berdasarkan karakteristik diatas, terdapat nilai hakiki dari kewirausahaan, yaitu : percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, dan lain sebagainya.

#### **10. Konsep Multi Level Marketing**

Menurut Clothier (2002:33) Multi Level Marketing adalah sebuah metode pemasaran langsung untuk menawarkan produk kepada konsumen. Membangun jaringan bisnis melalui distributor, perolehan laba didapatkan melalui laba penjualan dan keuntungan berdasarkan penjualan kelompok yang telah di bentuk oleh distributor tersebut.

Menurut Harefa (2000:12) MLM adalah penjualan langsung atas suatu barang atau jasa, agar menghemat biaya distribusi, bahkan juga menghemat biaya promosi atas produk tersebut karena pola distribusi dan promosinya dimanajemen oleh distributor sistem berjenjang.

Cara kerja dari bisnis model multi level marketing adalah , perusahaan akan membentuk sebuah sistem distributor lepas, dimana nantinya distributor itu akan melakukan perekrutan distributor level dibawahnya, begitu seterusnya



hingga akhirnya membentuk kelompok yang besar. Hal ini tentu berbeda dengan sistem bisnis konvensional, atau pemasaran langsung yang bersifat konvensional, biasanya bagi bisnis konvensional, distributor akan merekrut orang lain untuk menjadi sales, atau karyawan dan akan tetap berada di posisi tersebut dan terikat dengan perusahaan penyedia produk.

**Tabel II.1 : Perbedaan Bisnis Model MLM dengan Bisnis Konvensional**

<b>Bisnis MLM</b>	<b>Bisnis Konvensional</b>
Memiliki rantai distribusi sebagai berikut Produsen–Distributor(member) – Konsumen	Memiliki rantai distribusi sebagai berikut : Produsen – Distributor(agen)-grosir-pengecer-konsumen

*Sumber : Harefa (2007:5)*

### 11. Konsep Kinerja Usaha

Robbins (2001:173) dalam Romansyah Sahabuddin (2015:14) menjelaskan bahwa kinerja merupakan fungsi interaksi antara kemampuan atau *ability* (A), motivasi atau *motivation* (M), dan kesempatan atau *opportunity* (O) yang dapat dinyatakan dalam formula kinerja = f (A x M X O) artinya kinerja merupakan fungsi dari kemampuan, motivasi dan kesempatan.

Pengertian kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Sedangkan kinerja menurut The Scriber-Bantam English Dictionary berasal dari kata “to perform” dengan beberapa entries yaitu: (1) melakukan,

menjalankan, melaksanakan (to do or carry of a execute), (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu niat atau nazar (to discharge of fulfill as vow), (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab (to execute or complete an understaking), (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin (to do what is expected of a person machine).

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.**

NO	Nama	Judul	Variabel	Indikator	Hasil
1.	Anik Kusmintarti, 2016	Karakteristik Kewirausahaan memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap sikap	- Karakteristik wirausaha - Pendidikan wirausaha - Sikap wirausaha	- Bersedia menanggung risiko - Kreativitas - Membangun hubungan sosial	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap karakteristik wirausaha

NO	Nama	Judul	Variabel	Indikator	Hasil
		kewirausahaan			gsignifikan. Kemudian, pengaruh karakteristik wirausaha terhadap sikap kewirausahaan signifikan. Namun, pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan tidak signifikan.
2.	Endang Purwanti, 2012	Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa dayaan dan kalilondon salatiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik wirausaha</li> <li>- Modal usaha</li> <li>- Strategi pemasaran</li> <li>- Perkembangan usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Keinginan berprestasi</li> <li>-Tanggung jawab pribadi</li> <li>-Modal syarat untuk usaha</li> <li>-besar modal</li> <li>-penentuan harga</li> <li>-penentuan pasar</li> <li>-karakteristik wirausaha yang ada</li> <li>-kemudahan dan besar modal kerja yang digunakan</li> </ul>	Seluruh pernyataan variabel penelitian ini lebih dari 0,2 menunjukkan seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian dapat dinyatakan valid.
3.	Ningrum, Nugraha & Ainuddin, 2013	Karakteristik Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Karakteristik Kewirausahaan</li> <li>-Lingkungan Bisnis</li> <li>-Pertumbuhan Usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Motivasi Berprestasi</li> <li>-Kepemimpinan</li> <li>-Biaya Bisnis</li> <li>-Ketersediaan Tenaga Kerja</li> <li>-Tingkat Persaingan</li> <li>-Peningkatan Laba</li> <li>-Peningkatan Nilai Aset</li> </ul>	Penelitian ini akan mendeskripsikan temuan penelitian dalam 3 bagian, yaitu yang pertama adalah profil pengrajin dan sejarah perkembangan usaha, karakteristik kewirausahaan yang dimiliki

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



NO	Nama	Judul	Variabel	Indikator	Hasil
					oleh perajin dalam pertumbuhan industri serta kondisi dan peran lingkungan bisnis dalam pertumbuhan industri perajin baik secara internal maupun eksternal.
4.	Subyantoro, 2009	Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Organisasi, Dan Kepuasan Kerja Pengurus Yang Dimediasi Oleh Motivasi Kerja (Studi Pada Pengurus KUD Di Kabupaten Sleman)	-Karakteristik Individu  -Karakteristik Pekerjaan  -Karakteristik Organisasi  -Kepuasan Kerja	-Kemampuan -nilai -sikap -minat  -variasi keterampilan -identitas tugas  -komitmen organisasi -hubungan rekan sekerja -pengawas -kesempatan promosi -gaji	Karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik organisasi karyawan mempengaruhi naiknya kepuasan kerja karyawan. Kepuasan kerja karyawan akan meningkat jika karakteristik individu mendukung, karakteristik pekerjaan sesuai dan karakteristik organisasi terjalin demikian juga sebaliknya.
5.	Sari, Suwarsinah, & Baga, 2016	Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) gula aren di Kabupaten	-Karakteristik kewirausahaan  -Kinerja UMKM	-Motivasi berprestasi -Kepemimpinan -Pertumbuhan penjualan -Pertumbuhan keuntungan usaha	Dari 120 orang, terdapat beberapa karakteristik yang menonjol yaitu jenis kelamin didominasi oleh laki-laki (96,67%), usia responden terbanyak

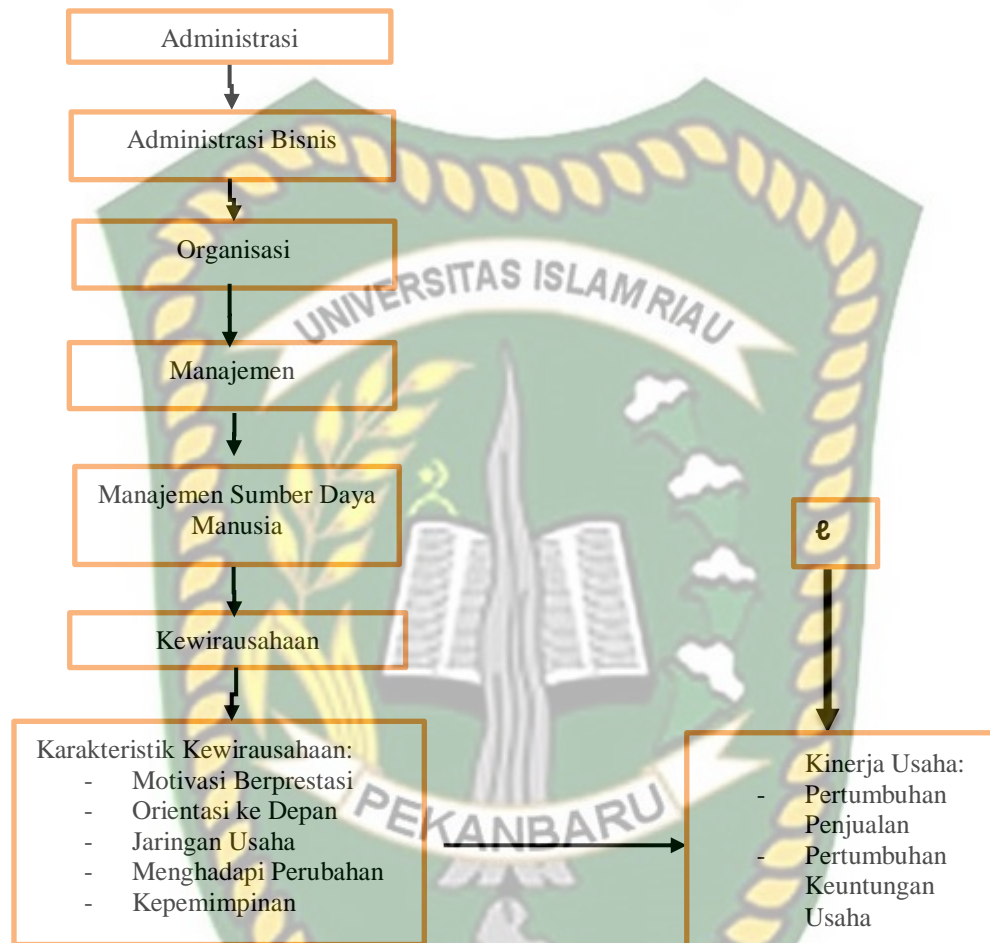
NO	Nama	Judul	Variabel	Indikator	Hasil
		Lombok Barat			berada pada rentang usia 40-49 tahun (39,17%) dan tingkat pendidikan terbanyak hingga setingkat SD (74,17%). Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan responden termasuk kategori rendah.

*Sumber: olahan data penelitian, 2020*

Berdasarkan tabel diatas penetapan penelitian terdahulu sebagai upaya perbandingan dengan penelitian yang akan dianalisa dengan tujuan melihat adanya persamaan dan perbedaan di dalam penelitian. Dimana penelitian terdahulu ditetapkan 5 penelitian antara lain tahun 2009-2016 terlihat memiliki kesamaan secara luas dengan penelitian yang digunakan penulis yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, teknik pengumpulan datanya yaitu Observasi, Wawancara, Kuesioner, dan Dokumentasi melainkan hanya beberapa yang memiliki perbedaan seperti lokasi penelitiannya, teori penelitiannya, dan lain-lain.

### C. Kerangka Berpikir

**Gambar II.1 : Kerangka Pikir Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha di Walk In Center Pekanbaru**



*Sumber : Modifikasi Penulis, 2021*

### D. Hipotesis

Jika karakteristik kewirausahaan Distributor Nu Skin baik, maka kinerja usaha yang dihasilkan akan meningkat.

### E. Konsep Operasional

Guna menghindari dari kekeliruan dalam penggunaan istilah didalam penulisan ini, maka berikut penulis akan menuangkan konsep-konsep yang telah



dipaparkan sebelumnya dalam bentuk nyata secara operasionalnya tentang hasil kajian sebagai berikut:

- a. Administrasi merupakan kegiatan kerjasama antar distributor didalam tim untuk membentuk jaringan sebanyak-banyaknya demi mencapai profit atau keuntungan yang besar.
- b. Organisasi merupakan suatu wadah untuk distributor mengumpulkan orang baru yang akan diprospek agar tujuan dari tim tercapai yaitu memiliki satu atau lebih anggota baru demi memperbanyak jaringan.
- c. Manajemen merupakan proses merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan distributor didalam tim untuk mencapai tujuan tim secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya yang ada. Tujuan daripada tim tidak lain adalah untuk memperbanyak jaringan.
- d. Kewirausahaan adalah sikap berwirausaha dalam melakukan bisnis Nu Skin yang dilakukan oleh para distributor untuk mencapai kinerja yang baik guna mencapai tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya oleh tim.
- e. Karakteristik Kewirausahaan adalah sikap daripada distributor itu sendiri. Semakin baik karakter distributor tersebut, semakin baik pula hasil dari bisnis Nu Skin yang dijalannya itu. Apabila seorang distributor itu rajin, tekun, komitmen, semangat, pekerja keras, memiliki product knowledge, produktif, tim yang baik, berjiwa besar, dan memiliki kepercayaan yang tinggi maka hasilnya akan maksimal. Karakter kewirausahaan dioperasionalkan sebagai variabel X dalam penelitian ini.

f. Kinerja Usaha merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan yang dilakukan oleh distributor bersama tim yang dituangkan melalui strategi-strategi meliputi: mengembangkan usaha, menyelaraskan nilai penjualan, keuntungan, dan menjaga nilai asset usaha demi tercapainya hasil yang maksimal untuk menaikkan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan keuntungan usaha dalam bisnis Nu Skin. Kinerja usaha dioperasionalkan sebagai variabel Y dalam penelitian ini.

#### F. Operasionalisasi Variabel

**Tabel II.3 : Operasional Variabel**

Konsep	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Skala Pengukuran
		-	-	
Karakteristik	Karakteristik Kewirausahaan (Suryana & Bayu,2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivasi Berprestasi</li> <li>- Orientasi Kedepan</li> <li>- Jaringan Usaha</li> <li>- Menghadapi Perubahan</li> <li>- Kepemimpinan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pekerja Keras</li> <li>- Tidak Menyerah</li> <li>- Semangat</li> <li>- Komitmen</li> <li>- Visioner</li> <li>- Berpikir Positif</li> <li>- Pengetahuan</li> <li>- Jaringan Kerja</li> <li>- Banyak Teman</li> <li>- Kerja Sama</li> <li>- Berpikir Kritis</li> <li>- Menyenangkan</li> <li>- Proaktif</li> <li>- Kreatif</li> <li>- Inovatif</li> <li>- Efisien</li> <li>- Produktif</li> <li>- Orisinal</li> <li>- Keberanian</li> <li>- Bertindak</li> <li>- Tim yang</li> </ul>	Ordinal

Konsep	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Skala Pengukuran
			Baik - Berjiwa Besar - Berani Mengambil Resiko - <i>Having</i> Mentor - Terbuka - Kepercayaan	
Kinerja	Kinerja Usaha (	- pertumbuhan penjualan - pertumbuhan keuntungan usaha	- Mengembangkan Usaha - Nilai Penjualan - Keuntungan - Nilai Aset Usaha	Ordinal

*Sumber: olahan penulis, 2020*

### G. Teknik Pengukuran

Variabel yang diukur penelitian ini adalah karakteristik kewirausahaan dan kinerja usaha dengan menggunakan skala likert. Yang menurut (Sugiyono, 2012:136) skala likert merupakan metode skala yang mengukur pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena baik itu tanggapan positif ataupun negatif terhadap suatu pertanyaan.

#### 1. Skala Pengukuran Variabel Karakteristik Kewirausahaan

Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap semua indikator karakteristik kewirausahaan (meliputi indikator motivasi berprestasi, orientasi kedepan, jaringan usaha,



menghadapi perubahan, kepemimpinan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 3.150-3.750.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap semua indikator karakteristik kewirausahaan (meliputi indikator motivasi berprestasi, orientasi kedepan, jaringan usaha, menghadapi perubahan, kepemimpinan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 2.550-3.150.

Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap semua indikator karakteristik kewirausahaan (meliputi indikator motivasi berprestasi, orientasi kedepan, jaringan usaha, menghadapi perubahan, kepemimpinan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 1.950-2.550.

Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap semua indikator karakteristik kewirausahaan(meliputi indikator motivasi berprestasi, orientasi kedepan, jaringan usaha, menghadapi perubahan, kepemimpinan) di Walk In

Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 1.350-1.950.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap semua indikator karakteristik kewirausahaan (meliputi indikator motivasi berprestasi, orientasi kedepan, jaringan usaha, menghadapi perubahan, kepemimpinan) di Walk In

Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 750-1.350.

## 2. Skala Pengukuran Indikator Motivasi Berprestasi

Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator motivasi berprestasi (meliputi sub indikator pekerja keras, tidak menyerah, semangat, komitmen) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 504-600.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator motivasi berprestasi (meliputi sub indikator pekerja keras, tidak menyerah, semangat, komitmen) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 408-504.

Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang

setuju terhadap indikator motivasi berprestasi (meliputi sub indikator pekerja keras, tidak menyerah, semangat, komitmen) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 312-408.

Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator motivasi berprestasi (meliputi sub indikator pekerja keras, tidak menyerah, semangat, komitmen) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 216-312.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator motivasi berprestasi (meliputi sub indikator pekerja keras, tidak menyerah, semangat, komitmen) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 120-216.

### 3. Skala Pengukuran Indikator Orientasi Kedepan

Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator orientasi kedepan (meliputi sub indikator visioner, berpikir positif, pengetahuan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 378-450.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju



terhadap indikator orientasi kedepan (meliputi sub indikator visioner, berpikir positif, pengetahuan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 306-378.

**Kurang Setuju** : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator orientasi kedepan (meliputi sub indikator visioner, berpikir positif, pengetahuan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 234-306.

**Tidak Setuju** : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator orientasi kedepan (meliputi sub indikator visioner, berpikir positif, pengetahuan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 162-234.

**Sangat Tidak Setuju** : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator orientasi kedepan (meliputi sub indikator visioner, berpikir positif, pengetahuan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 90-162.

#### **4. Skala Pengukuran Indikator Jaringan Usaha**

**Sangat Setuju** : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator jaringan usaha (meliputi sub indikator jaringan kerja, banyak teman, kerja

sama) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 378-450.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator jaringan usaha (meliputi sub indikator jaringan kerja, banyak teman, kerja sama) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 306-378.

Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator jaringan usaha (meliputi sub indikator jaringan kerja, banyak teman, kerja sama) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 234-306.

Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator jaringan usaha (meliputi sub indikator jaringan kerja, banyak teman, kerja sama) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 162-234.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator jaringan usaha (meliputi sub indikator jaringan kerja, banyak teman, kerja sama) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 90-162.

## 5. Skala Pengukuran Indikator Menghadapi Perubahan

- Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator menghadapi perubahan (meliputi sub indikator berpikir kritis, menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, produktif, orisinal) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 1.008-1.200.
- Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator menghadapi perubahan (meliputi sub indikator berpikir kritis, menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, produktif, orisinal) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 816-1.008.
- Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator menghadapi perubahan (meliputi sub indikator berpikir kritis, menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, produktif, orisinal) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 624-816.
- Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator menghadapi perubahan (meliputi sub indikator berpikir kritis,



menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, produktif, orisinal) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 432-624.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator menghadapi perubahan (meliputi sub indikator berpikir kritis, menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, produktif, orisinal) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 240-432.

#### 6. Skala Pengukuran Indikator Kepemimpinan

Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator kepemimpinan (meliputi sub indikator keberanian, bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, *having* mentor, terbuka, kepercayaan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 1.008-1.200.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator kepemimpinan (meliputi sub indikator keberanian, bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, *having*mentor, terbuka, kepercayaan) di Walk In

Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 816-1.008.

Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator kepemimpinan (meliputi sub indikator keberanian, bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, *having* mentor, terbuka, kepercayaan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 624-816.

Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator kepemimpinan (meliputi sub indikator keberanian, bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, *having* mentor, terbuka, kepercayaan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 432-624.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator kepemimpinan (meliputi sub indikator keberanian, bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, *having* mentor, terbuka, kepercayaan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 240-432

## 7. Skala Pengukuran Variabel Kinerja Usaha

- Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap variabel kinerja usaha (meliputi indikator pertumbuhan penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 504-600
- Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap variabel kinerja usaha (meliputi indikator pertumbuhan penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 408-504.
- Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap variabel kinerja usaha (meliputi indikator pertumbuhan penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 312-408.
- Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap variabel kinerja usaha (meliputi indikator pertumbuhan penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 216-312.
- Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat



tidak setuju terhadap variabel kinerja usaha (meliputi indikator pertumbuhan penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 120-216

### 8. Skala Pengukuran Indikator Pertumbuhan Penjualan

- Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator pertumbuhan penjualan (meliputi sub indikator mengembangkan usaha, nilai penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 252-300.
- Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator pertumbuhan penjualan (meliputi sub indikator mengembangkan usaha, nilai penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 204-252.
- Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator pertumbuhan penjualan (meliputi sub indikator mengembangkan usaha, nilai penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 156-204.
- Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator pertumbuhan penjualan (meliputi sub indikator mengembangkan usaha,

nilai penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 108-156.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator pertumbuhan penjualan (meliputi sub indikator mengembangkan usaha, nilai penjualan) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 60-108.

### 9. Skala Pengukuran Indikator Pertumbuhan Keuntungan Usaha

Sangat Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat setuju terhadap indikator pertumbuhan keuntungan usaha (meliputi sub indikator keuntungan, nilai aset usaha) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 252-300.

Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor setuju terhadap indikator pertumbuhan keuntungan usaha (meliputi sub indikator keuntungan, nilai aset usaha) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 204-252.

Kurang Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor kurang setuju terhadap indikator pertumbuhan keuntungan usaha (meliputi sub indikator keuntungan, nilai aset usaha) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 156-204.

Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor tidak setuju terhadap indikator pertumbuhan keuntungan usaha (meliputi sub indikator keuntungan, nilai aset usaha) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 108-156.

Sangat Tidak Setuju : Apabila semua penilaian setiap distributor sangat tidak setuju terhadap indikator pertumbuhan keuntungan usaha (meliputi sub indikator keuntungan, nilai aset usaha) di Walk In Center Nu Skin Pekanbaru maka rentang skornya 60-108.







Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian intinya ialah kegiatan atau hal yang dilakukan dengan cara tersusun rapi untuk memecahkan masalah dengan menggunakan metode ilmiah. Menurut Sukardi (2003) metode ilmiah merupakan suatu proses yang sangat beraturan yang memerlukan dan memperhatikan banyak langkah, mengenalkan dan menjelaskan suatu masalah, perumusan hipotesis, pengumpulan data, dan pernyataan kesimpulan mengenai diterima atau ditolaknya hipotesis.

Dalam penulisan ini peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif.

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu kantor cabang Nu Skin yang berada di Pekanbaru yaitu di kantor atau stokis Nu Skin di Jalan Sudirman Pekanbaru.

Lokasi penelitian dalam penelitian ini terletak di Sudirman Business Square Walk In Center Nu Skin Pekanbaru pada bulan Oktober sampai Desember 2019. Alasan peneliti mengambil lokasi ini karena peneliti melihat adanya perbedaan karakter dari tiap distributor yang menjalankan bisnis MLM Nu Skin yang berpengaruh pada hasil atau keuntungan yang didapatkan sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik

Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di Walk In Center Pekanbaru”.

### C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteritik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru sebanyak 100 orang.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative.(Sugiyono, 2012:120).

**Tabel III.1 : Populasi dan Sampel Penelitian**

NO	Jenis Populasi	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
1.	Brand Representative	1.968	10
2.	Executive BP	133	10
3.	Leader	11	10
<b>Jumlah</b>		<b>2.112</b>	<b>30</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis,2019*

$$n = \frac{N}{1+N(e)}$$



keterangan:

N = jumlah populasi

n = ukuran sampel

e = posisi yang ditetapkan (5%)

berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang akan diteliti yaitu:

$$n = \frac{100}{1+100(0,05)}$$

$$n = \frac{100}{1+100(0,0025)}$$

$$n = \frac{100}{1,25}$$

$$n = 80$$

Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80orang.

#### **D. Teknik Penarikan Sampel**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik penarikan sampel *Stratified Random Sampling*.

*Stratified random sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan (strata) pada elemen populasi. Elemen populasi dibagi menjadi beberapa tingkatan (stratifikasi) berdasarkan karakter yang melekat padanya.

Hal ini dilakukan karena anggota populasi yakni distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru memiliki tingkatan jenjang karir dan memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder, yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Meliputi: persepsi distributor.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Meliputi: data tentang produk, sejarah Nu Skin cabang Pekanbaru, data tentang jenjang karir distributor Nu Skin cabang Pekanbaru.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Penelitian Kepustakaan**

Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat

dalam ruang lingkup kepustakaan. Dalam penelitian ini akan menelaah serta menganalisis berbagai referensi yang berhubungan dengan pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha seperti dari buku, jurnal, skripsi ataupun jaringan internet resmi.

b. Penelitian Lapangan (field research)

Penelitian yang dilakukan guna untuk mendapatkan data dan informasi melalui survei langsung ke lapangan atau pengumpulan data dengan melakukan hasil kepada pihak-pihak yang dapat memberikan informasi kepada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data di mana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Peneliti melakukan penelitian terang-terangan karena peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber bahwa dirinya sedang melakukan penelitian guna mengetahui karakteristik kewirausahaan seorang distributor MLM Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh ketenangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antar si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* atau pedoman



wawancara. Sebelum melaksanakan wawancara peneliti harus menyiapkan instrumen wawancara tersebut.

Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Hal ini bertujuan agar peneliti menemukan permasalahan yang lebih terbuka. Dalam melakukan wawancara peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Pedoman wawancara dalam penelitian ini berisi sejumlah pertanyaan yang akan dijawab atau direspon oleh responden.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data-data tertulis pada wawancara terhadap distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru dengan masalah yang diteliti dan dokumen pendukung lainnya.

### 4. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu kepada responden penelitian. Untuk mendapatkan data mengenai pengaruh karakteristik kewirausahaan distributor multi level marketing Nu Skin terhadap kinerja usaha di Walk In Center Pekanbaru.

## **G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan analisis regresi sederhana. Menurut Sugiyono (2012), metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat

perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Metode deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

Teknik analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

1) Membuat Garis Regresi Linier Sederhana

Rumus membuat persamaan garis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = prediksi nilai variabel terikat

a = konstanta atau bila harga  $X=0$

b = koefisien regresi

X = nilai variabel bebas

(Sugiono, 2016: 188)

Setelah nilai b dan a ditemukan, maka persamaan regresi linier sederhana dapat disusun. Persamaan regresi yang telah dibuat dapat digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana nilai variabel dependen akan terjadi apabila nilai variabel independen ditetapkan.

- 2) Mencari Koefisien Korelasi antara Variabel Bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y)

Rumus yang digunakan untuk menghitung korelasi antara predicator X dengan kriterium Y ialah teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel  $x_1$  atau  $x_2$  dan y

$\sum xy$  = jumlah perkalian antara variabel  $x_1$  atau  $x_2$  dan y

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor variabel  $x_1$  atau  $x_2$

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor variabel y

(sugiyono, 2016: 183)

Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%, maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, jika nilai  $r_{hitung}$  lebih dari nol atau bernilai positif maka korelasinya positif, sebaliknya jika  $r_{hitung}$  kurang dari nol maka bernilai negatif maka korelasinya negatif.

- 3) Mencari Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya kontribusi variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel terikat (Y).

Rumus umum yang digunakan:



$$r^2 = \frac{a \sum xy}{\sum y^2}$$

Keterangan:

$r^2$  = koefisien determinasi antara Y dengan X

$\sum xy$  = jumlah produk antara X dengan Y

a = koefisien prediktor X

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat kriterium Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

Koefisien determinasi menunjukkan tingkat ketepatan garis regresi. Garis regresi digunakan untuk menjelaskan persentase variabel terikat (Y) yang diterangkan oleh variabel bebasnya (X). Koefisien ini juga disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan dengan varians yang terjadi pada variabel independen.

4) Menguji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah populasi

$r^2$  = koefisien determinasi

(Sugiyono: 2016: 184)

Apabila hasil dari  $t_{hitung}$  berada pada taraf signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka pengaruh variabel bebas ( $X_1$  atau  $X_2$ ) terhadap variabel terikat (Y) signifikan. Namun apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel bebas ( $X_1$  atau  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y) tidak signifikan.

#### Hipotesis Statistik

1. Karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha memiliki pengaruh
2.  $H_0$  memiliki pengaruh pada karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha
3.  $H_a$  tidak memiliki pengaruh pada karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha

## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Nusa Selaras Indonesia atau biasa dikenal dengan nama Nu Skin adalah perusahaan MLM yang tersebar di seluruh Indonesia salah satunya berada di Komplek Sudirman Business Central Blo B No. 7 & 8 Jl. Jendral Sudirman, Pekanbaru. Bisnis ini sudah mulai berkembang dan populer dimata masyarakat.

Nu Skin Indonesia melihat peluang pasar dibidang anti aging dan didukung oleh partner yang berpengalaman serta sumber yang dipatenkan selama 20 tahun untuk bahan dasar produknya. Hal itulah yang membuat Nu Skin yakin bahwa kehadirannya akan memberikan perubahan positif untuk orang-orang disekitarnya.

Dalam proses produksinya, Nu Skin memiliki 6S diantaranya:

1. *Sourcing*, yaitu mencari sumber yang baik.
2. *Selection*, yaitu memilih sumber yang baik.
3. *Structure*, yaitu menyeleksi setiap bahan yang akan diolah.
4. *Standarization*, yaitu men-standarisasi proses pengolahan dengan quality control yang ketat.
5. *Safety*, yaitu memastikan sumber dan proses yang dilalui aman.
6. *Subtention*, yaitu sumber bahan yang berkelanjutan karena dipatenkan selama 20 tahun.

Dengan 6 (enam) prinsip diatas, Nu Skin melakukan uji klinis disetiap



Negara untuk setiap produknya baik beauty care dan suplemen. Nu Skin telah mendapatkan sertifikat Halal dari IFANCA yang merupakan lembaga halal dunia yang berada di setiap Negara.

## B. Visi dan Misi Perusahaan

### 1. Visi

*“To become the world’s leading direct selling company by generating more income for sales leaders than any other company”*

“Untuk menjadi pemimpin perusahaan penjualan langsung dengan menghasilkan pendapatan yang lebih dari pemimpin penjualan perusahaan lainnya”

### 2. Misi

*“To be force good throught the world by empowering people to improve lives with rewarding business opportunities, innovative products and an enriching and uplifting course”*

“Dengan menjadi kekuatan di dunia dengan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan peluang bisnis, inovatif produk, serta memperkaya dan meningkatkan latihan”

## C. Logo Nu Skin

Gambar IV.1 :Logo Nu Skin



Nu Skin dimulai dari perusahaan perawatan kulit, dan symbol asli milik Nu Skin berbentuk air mancur pemuda. Nu Skin juga tidak hanya memperluas kesempatan, logo pun menjadi refleksi dan komunikasi nilai-nilai perusahaan dan atributnya. Sebuah penjelajahan ditentukan oleh air mancur sebagai ikon untuk seluruh brand dan produk. Ikon tersebut menawarkan aplikasi terluas yang kuat, serta kesempatan yang berenergi untuk Nu Skin hari ini dan esok dan membayar penghormatan ke masa lalu sementara menanamkan brand dengan gerakan dan momentum untuk masa depan.

Logo Nu Skin adalah kombinasi dari ikon (symbol air mancur) dan type logo (*NU SKIN and DISCOVER THE BEST YOU*). Di dalam logo “*THE BEST YOU*” sebagai tagline dan berwarna biru adalah fokus Nu Skin.

#### **D. Struktur Organisasi Nu Skin Riau**

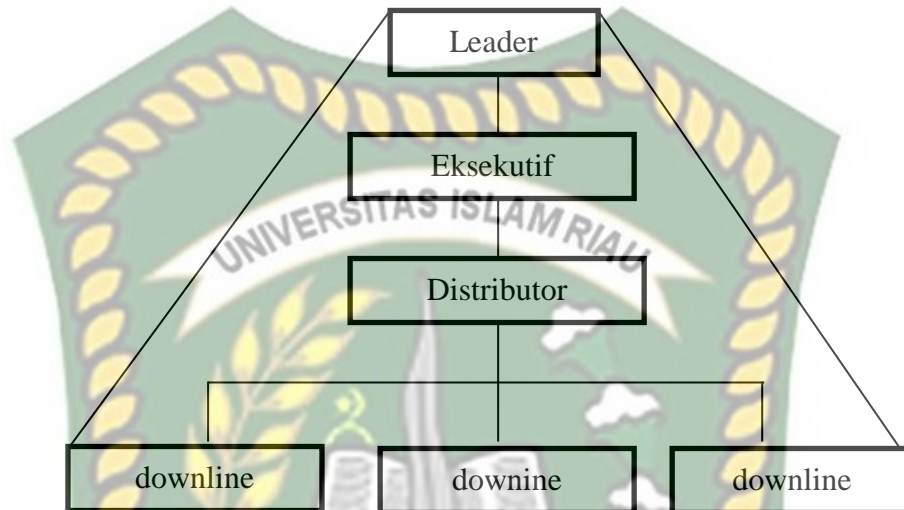
Struktur organisasi mempunyai peran dan arti yang sangat penting baik dalam suatu perusahaan ataupun lembaga dan institusi karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatannya secara terarah dan tertib secara teratur dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Untuk mencapai suatu tujuan, manusia mengatur diri sendiri dan kelompoknya perlu adanya suatu bekerjasama yang baik agar tujuan tercapai. Untuk menciptakan kerja sama yang baik. Diperlukan suatu wadah atau tempat untuk menyelenggarakan suatu aktivitas yang biasa disebut organisasi.

Untuk itu diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah salah satu fungsi dari manajemen karena organisasi merupakan wadah kegiatan dari orang-

orang bekerjasama dengan usaha terlaksana dengan baik perlu adanya sebuah struktur organisasi.

**Gambar IV.2 : Struktur organisasi Nu Skin Riau**



*Sumber : Nu Skin Riau,2020*

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa Struktur Organisasi Nu Skin Riau merupakan organisasi dengan sistem MLM (Multi Level Marketing). MLM bisa diartikan sebagai pemasaran berjenjang banyak. Oleh sebab itu, dikatakan sebagai perusahaan MLM dikarenakan didalam sistemnya terdapat penjualan berjenjang bertingkat-tingkat.Oleh karena itu struktur perusahaannya menggunakan struktur piramida dimana yang diatas berarti memiliki tingkat yang paling tinggi. MLM juga bisa disebut Network Marketing. Hal ini dikarenakan anggota perusahaan atau organisasi MLM tersebut semakin banyak dan membentuk jaringan kerja atau network dimana jaringan ini merupakan sistem pemasaran dari perusahaan MLM ini. Jaringan kerja ini terdiri dari anggota atau sekumpulan orang yang bekerja melakukan pemasaran. Jadi, anggota dalam



perusahaan tersebut yang melakukan pemasaran kepada calon anggota lainnya atau anggota baru.

### E. Fungsi Dan Tugas Organisasi

Dalam suatu organisasi memiliki tujuan yang akan dicapai, maka untuk mencapai tujuan tersebut suatu organisasi harus memiliki pembagian tugas melalui pembentukan struktural yang kemudian masing-masing anggota memiliki kedudukan, wewenang dan tanggung jawab. Pada masing-masing kedudukan struktural memiliki tugas dan fungsi yang berbeda. Namun dapat diketahui bahwa dalam organisasi perlu adanya kerja sama. Kerja sama ini dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Tugas dan fungsi menunjukkan makna dari pekerjaan yang telah dan akan dilakukan. Adapun tugas dan fungsi dari struktur organisasi yang tertera diatas adalah:

#### 1. Leader

Fungsi dan tugas seorang leader adalah :

##### a. Memimpin organisasi/ perusahaan

Seorang leader berfungsi memimpin organisasi guna mengarahkan anggota agar berjalan sesuai dengan tujuan, visi dan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

##### b. Mengembangkan downline

Downline bukan hanya sekedar orang yang disponsori ataupun direkrut dalam jaringan Anda. Lebih dari itu. Perannya dalam jagad MLM sangat menentukan sukses atau tidaknya seorang mendulang

bonus. Karena itu, banyak mengumpamakan, downline tak ubahnya “perusahaan” yang menjadi “mesin uang” bagi Anda. Kian banyak downline yang dimiliki, kesempatan menjadi miliader berada dalam genggaman, asalkan mereka produktif dan aktif menjalankan bisnisnya, terutama mewujudkan impian hidupnya.

c. Menciptakan kapten di jaringannya

Agar jaringan terus melakukan aktivitasnya, leader memiliki tugas untuk menciptakan “kapten-kapten” melalui pembelajara tertentu. Karena mereka nantinya akan menduplikasikan kepada jaringannya masing-masing.

d. Membuat home sharing

Home sharing dilakukan untuk berbagi pengalaman kepada bawahan di perusahaan . Hal ini dilakukan guna menumbuhkan motivasi.

e. Membuat rencana dan tujuan yang akan dicapai

Perencanaan adalah fungsi manajemen yang pertama dan terpenting. Itu dibutuhkan di setiap tingkat manajemen. Dengan tidak adanya perencanaan, semua kegiatan bisnis organisasi akan menjadi tidak berarti. Pentingnya perencanaan semakin meningkat mengingat ukuran organisasi yang semakin besar dan kompleksitasnya. Sehingga penting bagi seorang leader untuk membuat rencana dan tujuan dalam organisasi.

2. Eksekutif

Tugas dan fungsi eksekutif adalah :

- a. melakukan kegiatan penjualan kepada calon konsumen secara langsung.  
Dalam pengerjaannya, mereka akan lebih fokus pada bagaimana cara mencapai target penjualan produk ataupun jasa yang mereka tawarkan.
- b. Membuat data prospek pelanggan

Data prospek ini bisa diperoleh dari berbagai sumber, seperti referensi teman, saudara, ataupun pelanggan perusahaan yang sebelumnya belum ter-follow-up. Cara lainnya yang saat ini tengah efektif adalah mencari prospek dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, twitter atau facebook.

- c. Membuat rencana penawaran  
data prospek yang telah dibuat selanjutnya harus di *follow up* satu persatu. Namun sebelum melakukan itu, Anda harus melakukan validasi terkait informasinya terlebih dahulu jika data tersebut berasal dari sosial media. Pada dasarnya, rencana penawaran ini dibuat untuk mempersiapkan jadwal atau waktu agar bisa berkomunikasi lebih lanjut dengan calon pelanggan.
- d. Mencapai target penjualan  
Target penjualan secara melingkup sebagai tolak ukur kinerja.

### 3. Distributor

Tugas dan fungsinya adalah:

- a. Membeli produk dengan skala besar  
selain kepada produsen, distributor juga bisa membeli produk berupa barang atau jasa dari distributor lain yang lebih besar.



b. Menyimpan produk

distributor harus memiliki gudang penyimpanan untuk mendistribusikan produknya. Gudang ini berfungsi untuk menyimpan produk sebelum disalurkan kepada pengecer atau konsumen.

c. Informasi produk

distributor juga memiliki tugas memberikan informasi terkait barang yang akan dijual, seperti jumlah, kualitas, hingga perkiraan harga pemasarannya.

d. Promosi produk

merupakan tugas distributor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam menjual produk. Tujuan dari promosi ini adalah agar produk dikenal oleh pelanggan sehingga tertarik untuk membelinya. Tujuan untuk distributor adalah untuk menciptakan repeat order.

4. Downline

Istilah downline adalah jaringan bawah atau garis di bawah. Tugas dari downline adalah melakukan penjualan dan mempromosikan produk untuk menghabiskan stok produk.

### F. Sistem Bisnis Nu Skin

Bisnis Nu skin dilakukan dengan penjualan langsung orang ke orang dengan memanfaatkan strategi *Word Of Mouth*. Nu Skin memiliki sistem bisnis sebagaiberikut:

Nuskin merupakan perusahaan MLM yang mana untuk membangun bisnisnya kita harus membangun jaringan pula agar target tercapai dengan efektif dan maksimal. Menjual produknya dari orang ke orang melalui distributor. Memberikan pengalaman pribadi atau berbagai tertimonial kepada orang baru (prospek) agar mereka yakin dan join bisnis nuskin. Menawarkan dukungan dan memberikan informasi dengan orang baru. Ada 3 cara yang dilakukan untuk membangun jaringan yaitu gunakan produknya terlebih dahulu, sharing kualitasnya dengan orang baru, kemudian duplikasi sistemnya dengan mereka yang berminat join di nuskin. Fokus bukan pada menjual barang saja, tetapi lebih kepada sharing dan menjadi konsultan bagi orang lain dan melakukan member get member.



## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Responden

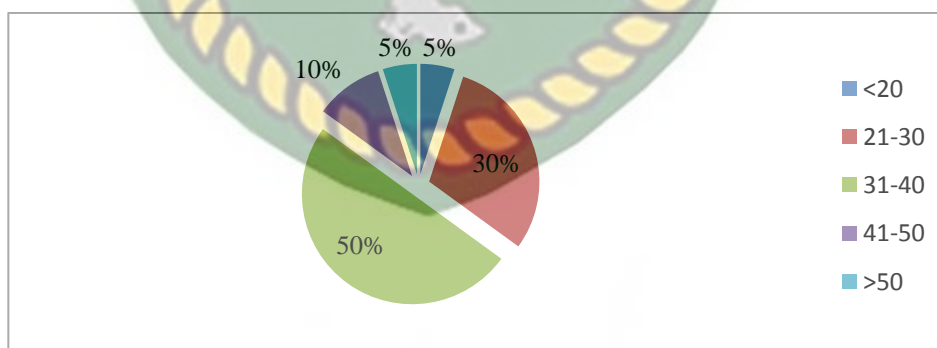
Identitas responden adalah identitas atau keterangan yang diperoleh dari responden penelitian, berupa data kuesioner kemudian disebarikan oleh peneliti. Adapun isi dari identitas responden adalah nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jabatan, serta penghasilan dari responden penelitian yang dalam hal ini adalah distributor Nu Skin Pekanbaru.

Agar dapat melihat lebih detail mengenai identitas responden pada Nu Skin Kota Pekanbaru dapat dilihat pada diagram berikut :

##### 1. Umur Responden

Umur responden mempengaruhi kinerja yang dihasilkan oleh responden dalam mengembangkan bisnis dan menjadi distributor Nu Skin yang handal. Diketahui jumlah responden yang dalam hal ini adalah Distributor Nu Skin Walk In Center Pekanbaru dapat dilihat, sebagai berikut

**Gambar V.1 : Distribusi jumlah responden menurut umur**



*Sumber : Data Olahan Penulis.2021*

Dari diagram diatas, dapat disimpulkan bahwa golongan umur terbanyak sebagai distributor Nu Skin Pekanbaru adalah rentang usia 31-40 tahun sebanyak 50%(15 orang), disusul oleh usia 21-30 tahun sebanyak

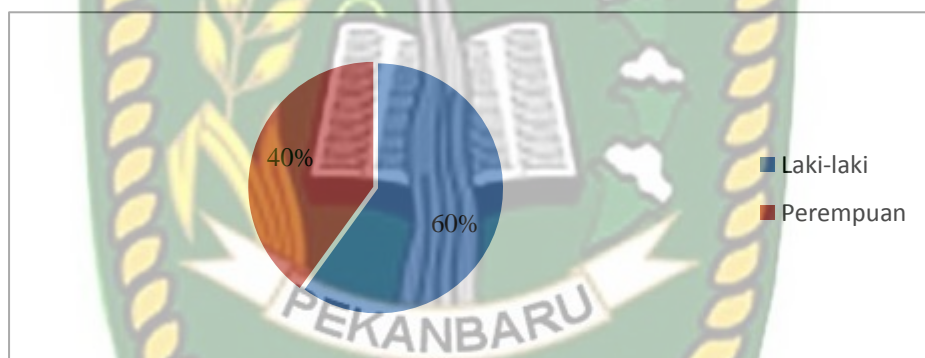


30% (9 orang), responden dengan usia 41-50 tahun sebesar 10% (3 orang), dan masing-masingnya rentang usia <20 sebesar 5% (1 orang), usia >50 tahun sebesar 5% (1 orang). Usia terbanyak adalah rentang 31-40 tahun, dimana kita ketahui bahwa usia ini merupakan usia produktif dan usia mapan dalam berkarir dan berusaha.

## 2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin pada responden penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan. Agar lebih jelasnya, berikut adalah distribusi berdasarkan diagram

### V.2 : Distribusi Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin



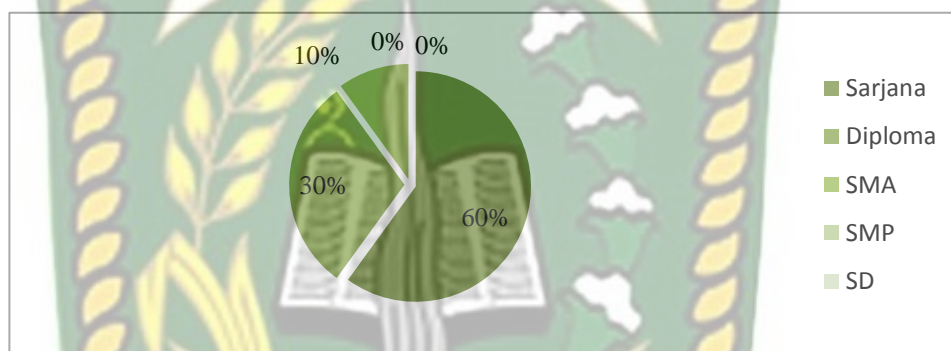
*Sumber : Data Olahan Penulis.2021*

Berdasarkan data diagram diatas, dapat disimpulkan bahwa distribusi penyebaran responden berdasarkan jenis kelamin, terbanyak adalah laki-laki dengan persentase sebesar 60% (18 orang) dan perempuan sebesar 40% (12 orang). Terutama untuk distributor yang sudah menduduki level-level tinggi, lebih banyak laki-laki di bandingkan perempuan, hal ini juga didukung dengan lingkungan, yang mana para laki-laki lebih mudah menjualkan produknya terutama ke rekan-rekan kerja.

### 3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menjadi hal yang sangat penting dalam dunia kerja, ekonomi, dan kehidupan. Tak heran pendidikan sering dijadikan tolak ukur pada keberhasilan di dunia usaha. Berikut ini distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikannya:

**Gambar V.3 : Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**



*Sumber : Data Olahan Penulis.2021*

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang ada, berlatar pendidikan sarjana lebih mendominasi sebesar 60% (18 orang), disusul dengan tingkat pendidikan diploma sebanyak 30% (9 orang), distributor dengan latar pendidikan SMA sebanyak 10% (3 orang), sementara, tidak ada distributor Nu Skin yang berlatar belakang pendidikan SMP dan SD. Berdasarkan hal ini, terlihat jelas bahwa distributor di Nu Skin Walk In Center Pekanbaru rata-rata adalah orang yang berpendidikan. Sehingga tidak heran, mereka mampu mengembangkan usahanya dengan baik, salah satu penyebabnya juga banyaknya koneksi. Pendidikan terakhir distributor terbanyak adalah sarjana, hal ini disebabkan sarjana lebih open mindset terutama pada

kesehatan dan menjaga diri dalam hal ini, produk Nu Skin lebih mudah di pasarkan, dan mereka yang berpendidikan sarjana, juga memiliki lingkungan bergaul yang juga berpikiran terbuka dan peduli akan kesehatan diri, serta kesuksesan.

**B. Hasil Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Distributor *Multi Level Marketing* Nu Skin Terhadap Kinerja Usaha Di *Walk In Center* Pekanbaru**

Setiap wirausaha harus memiliki karakterk dalam dunia kewirausahaan, karakter tersebut bisa dibangun melalui serangkaian proses, pelatihan, dan pengembangan diri yang memang sengaja dilakukan oleh masing-masing individu, atau dilakukan melalui *choaching* oleh para mentor bisnisnya. Seperti hal nya di perusahaan multi level marketing, seperti juga Nu Skin, Pembentukan karakter wirausaha terus dilakukan oleh para *leader* untuk para *downlinenya* pada grup masing-masing. Maka dari itu, diperlukan peninjauan terkait upaya pembentukan karakter yang kemudian menghasilkan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Nu Skin Walk In Center Pekanbaru. Selanjutnya peneliti akan menjabarkan berdasarkan masing-masing indikator :

**1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Karakteristik Kewirausahaan**

Terdapat lima karakteristik dalam kewirausahaan, yang akan dijabarkan sebagai berikut :



### 1.1.Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi, merupakan salah satu karakter seorang wirausahawan, melalui motivasi ini, seorang wirausaha mampu menghasilkan produk-produk dan ide-ide menarik serta memiliki daya jual yang tinggi. Menurut Mc'Clelland (1985) motivasi berprestasi adalah kebutuhan yang mendorong individu melakukan suatu usaha untuk mencapai tujuan yaitu menghasilkan prestasi yang lebih baik sesuai standart keunggulan, dengan sub indikator yang di nilai adalah pekerja keras, tidak menyerah, semangat, dan komitmen.

**Tabel V.1 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Distributor Nu Skin**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Distributor sudah bekerja keras agar dapat sukses dalam bisnis ini	13 65	9 36	8 24	-	-	30 125
2.	Distributor tidak mudah menyerah saat menemukan hambatan dalam menjalankan usaha	19 95	5 20	6 18	-	-	30 133
3.	Selalu semangat adalah kunci sukses sebagai distributor Nu Skin	25 125	5 20	-	-	-	30 145
4.	Selalu berkomitmen mencapai target dan tujuan	13 65	9 36	8 24	-	-	30 125
<b>Total Skor</b>							<b>526</b>
<b>Kategori Penilaian</b>							<b>(SS)</b>

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa indikator motivasi berprestasi pada distributor sudah bekerja keras agar dapat sukses dalam bisnis ini sebanyak 13 responden menjawab sangat setuju, ini merupakan

jawaban terbanyak, hal tersebut terlihat karena memang para distributor bekerja keras untuk bisa naik level demi level dalam bisnis ini, sebanyak 9 orang menjawab setuju dan 8 lainnya menjawab kurang setuju

Tanggapan responden mengenai distributor tidak mudah menyerah saat menemukan hambatan dalam menjalankan usaha dijawab sangat setuju oleh 19 responden karena para distributor harus selalu menemukan cara untuk menjalankan usaha ini serta menjadi pribadi yang tidak mudah menyerah, sebanyak 5 responden menjawab setuju, dan sisanya 6 orang menjawab kurang setuju.

Tanggapan responden mengenai sub indikator selalu semangat adalah kunci sukses menjadi distributor Nu Skin memperoleh jawaban sangat setuju sebanyak 25 jawaban dari 30 responden, dan 5 setuju karena menurut mereka masih ada kunci lain yang lebih penting dari pada semangat.

Tanggapan responden mengenai selalu berkomitmen mencapai target tujuan dijawab sangat setuju oleh 13 responden, 9 responden menjawab setuju, dan sisanya 8 orang menjawab kurang setuju .

Hal diatas, sejalan dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan terkait motivasi berprestasi yang berhubungan dengan kerja keras, tidak mudah menyerah, semangat, dan selalu berkomitmen, sebagai berikut :

*“Kami para distributor harus memiliki motivasi untuk selalu berprestasi dalam bisnis ini, karena dengan prestasi, akan lebih mudah bagi kami untuk mempromosikan bisnis dan mendapatkan downline, ya caranya dengan tentunya pantang menyerah, hambatan yang di dapatkan banyak, dengan pantang menyerah, semangat kita mampu melewatinya dan fokus dengan tujuan dan tentunya target ya”*

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi para distributor adalah dengan pencapaian target yang telah ditentukan agar dapat terus berkembang dan memperbesar jaringan usahanya. Pencapaian target adalah sebuah prestasi yang harus terus dipertahankan dan ditingkatkan hingga sampai pada level tertinggi didalam sistem usaha. Dengan total skor sebesar 526, indikator motivasi berprestasi berada pada kategori sangat setuju.

### 1.2. Orientasi Kedepan

Sebagai seorang wirausaha, harus memiliki pemikiran dan orientasi fokus kedepan. Agar mampu menjawab tantangan demi tantangan yang ada. Menurut Nurmi (2004) orientasi masa depan adalah gambaran individu tentang masa depan yang menjadi dasar dalam menetapkan tujuan, rencana, dan evaluasi terhadap diri sendiri. Pada penelitian ini akan di ukur dengan visioer, berpikir positif, dan tingkat pengetahuan.

**Tabel V.2 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Kedepan**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Selalu memiliki tujuan dan berfikir rasionalis	16 80	6 24	8 24	-	-	30 128
2.	Dalam menjalankan kegiatan distributor harus berfikir positif	11 55	9 36	10 30	-	-	30 121
3.	Distributor Nu Skin memiliki pengetahuan yang baik terkait produk, dll	19 95	5 20	6 18	-	-	30 133
<b>Total Skor</b>							<b>382</b>
<b>Kategori Penilaian</b>							<b>(SS)</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*



Berdasarkan rekapitulasi data diatas, selalu memiliki tujuan dan berfikir rasional mendapatkan jawaban sebanyak 16 responden karena menurut responden, mereka memiliki tujuan dan harapan pencapaian, 6 responden menjawab setuju, dan 8 responden menjawab kurang setuju. Menurut responden, dalam menjalankan usaha ini dan menjadi distributor Nuskin sangat diutamakan tujuan apa yang hendak dicapai, agar dapat menjadi tolak ukur bagi pencapaian mereka.

Tanggapan responden terhadap pertanyaan dalam menjalankan kegiatan distributor harus berfikir positif, sebanyak 11 responden menjawab sangat setuju, hal ini memang terus mereka lakukan, berpikir positif, selanjutnya 9 responden menjawab setuju, dan 10 responden menjawab kurang setuju. Berpikir positif menjadi cara dalam menghalau rasa putus asa dan malas berusaha, yang nantinya dapat menghambat mereka dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tanggapan responden mengenai pengetahuan yang baik terkait produk, respon terbanyak adalah setuju sebanyak 19 orang, sangat setuju 5 responden, dan kurang setuju 6 responden. Dalam memasarkan sebuah produk, seorang marketing dan wirausaha dituntut untuk memahami produk yang akan mereka pasarkan, jika tidak maka karakteristik wirausaha tidak sepenuhnya ada pada diri pribadi tersebut.

Hal diatas, juga disebutkan dalam wawancara dengan salah satu responden penelitian terkait orientasi kedepan.

*“Ya tentu, kita harus berorientasi kedepan kalau mau maju, jadi begitu pun kami, kalau orientasinya tidak kedepan, akan stagnan nantinya, jadi berpikir selangkah lebih maju, peluang dimasa mendatang.”*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa berbagai sub indikator pada indikator orientasi kedepan, sangat disetujui oleh responden sebagai pembentuk dan tolak ukur karakter wirausaha pada distributor Nuskin. Berdasarkan hasil total skor 382, indikator orientasi kedepan berada pada kategori sangat setuju.

### 1.3. Jaringan Usaha

Agar usaha dapat dengan mudah berkembang, wirausaha harus memiliki koneksi, jaringan usaha sangat diperlukan apalagi bagi wirausaha di perusahaan multi level marketing. Berikut adalah rekapitulasi data dalam indikator jaringan usaha.

**Tabel V.3 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Jaringan Usaha**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Distributor Nu Skin memiliki jaringan kerja yang luas	13 65	14 56	3 9	-	-	30 130
2.	Distributor Nu Skin memiliki banyak tekanan melalui usaha ini	13 65	9 36	8 24	-	-	30 125
3.	Distributor Nu Skin selalu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak	6 30	21 84	3 9	-	-	30 123
<b>Total Skor</b>							<b>378</b>
<b>Kategori Penilaian</b>							<b>(SS)</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan rekapitulasi data terkait jaringan usaha, mengenai distributor Nu Skin memiliki jaringan usaha yang luas, sebanyak 34 responden menjawab sangat setuju, berbeda tipis 32 responden menjawab setuju, hal tersebut dipilih karena mereka tidak terlalu yakin bahwa mereka

sudah memiliki jaringan yang luas, sisanya 14 responden menjawab kurang setuju.

Tanggapan responden mengenai distributro Nu Skin mendapatkan banyak tekanan melalui usaha ini, sebanyak 33 responden menjawab sangat setuju, 32 responden menjawab setuju, dan sisanya menjawab kurang setuju. Tanggapan responden mengenai distributor Nu Skin selalu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, sebanyak 18 responden menjawab sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, dan 13 responden menjawab kurang setuju dengan pernyataan ini.

Hal ini, ditinjau juga terhadap hasil wawancara dengan salah satu distributor Nu Skin, terkait jaringan usaha:

*“Kita memang harus memiliki jaringan usaha, dan harus diperluas terus, karena kalau kita tidak punya jaringan, maka akan sulit bagi kita untuk mengembangkan usaha.”*

Berdasarkan hasil rekapitulasi skor, didapati bahwa indikator jaringan usaha berada pada kategori sangat setuju dengan total skoe sebesar 378.

#### 1.4. Menghadapi Perubahan

Menghadapi perubahan adalah sebuah tantangan besar bagi setiap orang, terutama para wirausaha, berikut rekapitulasi data mengenai menghadapi perubahan. :

**Tabel V.4 :Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Menghadapi Perubahan**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Distributor Nu Skin selalu berfikir kritis	25 125	5 20	-	-	-	30 145
2.	Distributor Nu Skin harus selalu menjadi pribadi yang menyenangkan dalam	13 65	9 36	8 24	-	-	30 125



NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
	menjalankan usaha						
3.	Distributor Nu Skin harus selalu produktif	10 50	12 48	8 24	-	-	30 122
4.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang kreatif	19 95	5 20	6 18	-	-	30 133
5.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang inovatif	13 65	9 36	8 24	-	-	30 155
6.	Distributor Nu Skin selalu bersikap efisien	13 65	12 48	5 15	-	-	30 128
7.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang produktif	13 65	14 56	3 9	-	-	30 130
8.	Distributor Nu Skin tidak menjiplak karya orang lain	11 55	9 36	10 30	-	-	30 121
<b>Total Skor</b>							<b>1.059</b>
<b>Kategori Penilaian</b>							<b>(SS)</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan data rekapitulasi diatas, dapat di simpulkan terkait jawaban responden untuk seluruh sub ndikator paa bagian ini, rata-rata konsumen menjawab sangat setuju, mengenai seluruh aspek sub indikator pada indikator menghadapi perubahan, disusul dengan jawaban setuju, dan sisanya menjawab kurang setuju.

Hal ini sesuai dengan jawaban dari responden saat wawancara bahwa:

*“ya tentu, tentu, kita harus siap menghadapi perubahan, karena jika tidak maka kita akan tertinggal. Menyikapinya pun perlu dengan langkah-langkah khusus, seperti berfikap efisien dalam bekerja dan berpikir, inovatif, kreatif, terus yang terpenting harus mampu berkarya dengan cara sendiri.”*

Total skor dari indikator menghadapi perubahan sebesar 1.059, dengan demikian indikator ini berada pada kategori sangat setuju.

### 1.5. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh wirausaha, apalagi dalam bisnis Nu Skin, distributor harus memiliki jiwa kepemimpinan agar mampu mengatur timnya dan meraih tujuan serta kesuksesan bersama. Berikut adalah hasil rekapitulasi data. Menurut Young, kepemimpinan merupakan bentuk dominasi diantara individu dengan mendorong dan mampu mengajak orang lain melakukan sesuatu yang diharapkan, serta memiliki keahlian khusus. Adapun bagian dari kepemimpinan dalam penelitian ini adalah keberanian, berindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko, having mentor, terbuka, kepercayaan:

**Tabel V.5 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepemimpinan**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Distributor Nu Skin memiliki keberanian dalam mengembangkan jaringannya	13 65	15 60	2 6	-	-	30 131
2.	Distributor Nu Skin selalu bertindak bukan hanya sekedar berbicara dan berencana	13 65	12 48	5 15	-	-	30 128
3.	Distributor Nu Skin adalah tim yang baik dalam bekerja	25 125	5 20	-	-	-	30 145
4.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang berjiwa besar	13 65	9 36	8 24	-	-	30 125
5.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang berani mengambil resiko	16 80	6 24	8 24	-	-	30 128

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
6.	Distributor Nu Skin selalu memiliki mentor dalam menjalankan usahanya	13	124	5	-	-	30
		65	8	15			128
7.	Distributor Nu Skin adalah pribadi yang terbuka dengan perubahan	13	14	3	-	-	30
		65	56	9			130
8.	Distributor Nu Skin selalu memiliki kepercayaan dengan dirinya sendiri dan orang lain	13	9	8	-	-	30
		65	36	24			125
<b>Total Skor</b>							<b>1.040</b>
<b>Kategori Penilaian</b>							<b>(SS)</b>

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan rekapitulasi data diatas, indikator kepemimpinan dengan 8 sub indikator, masing-masingnya skor terbanyak diberikan oleh respnden pada jawaban sangat setuju, pada seluruh aspek kepemimpinan, pada pernyataan mengenai memiliki keberanian mengembangkan jaringan responden menjawab sangat setuju sebanyak 13, 15 responden setuju, dan sisanya menjawab kurang setuju.jawaban terbanyak ditunjukkan oleh responden pada jawaban sangat setuju. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

*“kepemiimpinan perlu, karena kita disini kan memimpin tim ya, ada downline, gitu, jadi kalau kita gak punya jiwa kepemimpinan, ntar susah kita ngarahin downline dan tim kita, bagaiman amengajak dan memberikan positive vibes, gitu.”*

Berdasarkan hasil total skor yang didapati, indikator kepemimpinan berada pada kategori sangat setuju dengan range nilai 1.008-1.200.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data responden pada variabel X Karakteristik kewirausahaan pada distributor Nu Skin di Walk In



Center Pekanbaru, didapati total skor dari seluruh item penilaian terhadap variabel ini adalah :

**Tabel V.6 : Rekapitulasi total skor variabel X (Karakteristik Kewirausahaan)**

NO	Indikator	Kategori	Total Skor
1.	Motivasi Berprestasi	Sangat Setuju	526
2.	Orientasi Kedepan	Sangat Setuju	382
3.	Jaringan Usaha	Sangat Setuju	378
4.	Menghadapi Perubahan	Sangat Setuju	1.059
5.	Kepemimpinan	Sangat Setuju	1.040
<b>Kategori Penilaian</b>		<b>(Sangat Setuju)</b>	<b>3.385</b>

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui total skor masing-masing indikator pada variabel karakteristik kewirausahaan berdasarkan jawaban responden penelitian. Indikator motivasi berprestasi memiliki total skor sebesar 526 dan berada pada kategori sangat setuju sesuai range nilai yang telah ditetapkan sebesar 504-600. Sementara indikator orientasi kedepan memperoleh total skor sebesar 382 dan berada pada kategori sangat setuju dengan range nilai yang telah ditetapkan sebesar 378-450, pada indikator jaringan usaha total skor yang diperoleh adalah 378 dan berada pada kategori sangat setuju sesuai rang nilai yang telah ditetapkan sebesar 378-450, indikator menghadapi perubahan memperoleh total skor terbesar yaitu 1.059 dengan kategori sangat setuju sesuai range nilai yang telah ditetapkan sebesar 1.008-1.200,

sementara pada indikator kepemimpinan dengan total skor 1.040 berada juga pada kategori sangat setuju sesuai range nilai sebesar 1.008-1.200. sehingga dapat disimpulkan, total skor keseluruhan adalah 3.385 dengan kategori sangat setuju sesuai dengan rang nilai sebesar 3.150-3.750 yang telah ditetapkan sebelumnya.

## 2. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Kinerja Usaha

Kinerja usaha, adalah tolak ukur dari upaya yang dilakukan dalam mengembangkan usaha, termasuk pada usaha muti level marketing seperti Nu Skin.

### 2.1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menjadi hal penting dalam mengukur kinerja usaha, apabila penjualan tidak mengalami pertumbuhan, maka usaha yang dijalankan belum dikategorikan berhasil. berikut hasil rekapitulasi berdasarkan kuesioner sesuai dengan sub indikator mengembangkan usaha dan nilai penjualan:

**Tabel V.7 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Usaha**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Distributor Nu Skin harus memiliki cara dalam mengembangkan usaha	12 60	8 32	10 30	-	-	30 122
2.	Usaha harus memiliki nilai penjualan yang baik	17 85	8 32	5 15	-	-	30 132
<b>Total Skor</b>							<b>254</b>

Kategori Penilaian	(SS)
--------------------	------

*Sumber : Data Olahan Penulis,2021*

Berdasarkan data di atas, disimpulkan bahwa distributor Nu Skin memiliki cara dalam mengembangkan usaha sebanyak 12 responden menjawab sangat setuju, distributor memang dituntut untuk memiliki cara masing-masing agar penjualannya terus bertumbuh, dan membuat kerajaan tim nya sendiri, sebanyak 8 responden menjawab setuju dan sisanya menjawab kurang setuju. Berdasarkan wawancara terkait pertumbuhan penjualan, diperoleh informasi:

*“Penjualan harus bertumbuh, karena dari situlah kita dapat mengukur tingkat keberhasilan usaha kita.”*

Berdasarkan total skor yang diperoleh pada indikator di atas sebesar 254, yang menyebabkan indikator pertumbuhan penjualan berada pada kategori sangat setuju dengan range nilai yang telah ditetapkan sebesar 252-300.

## **2.2.Pertumbuhan Keuntungan Usaha**

Pertumbuhan keuntungan pada usaha, merupakan sesuatu yang menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja usaha, apabila keuntungan usaha yang didapatkan tidak mengalami pertumbuhan meski tidak signifikan, maka yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana kinerja yang telah dilakukan. Apakah maksimal, atau tidak. Berikut adalah hasil rekapitulasi data tanggapan konsumen berdasarkan keuntungan dan nilai aset usaha. :



**Tabel V.8 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pertumbuhan Keuntungan Usaha**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Dalam menjalankan usaha keuntungan menjadi prioritas utama	13 65	8 32	9 27	-	-	30 124
2.	Wirausaha memiliki daftar dari nilai aset usaha yang dijalankan	17 85	11 44	2 6	-	-	30 135
<b>Total Skor</b>							259
<b>Kategori Penilaian</b>							(SS)

**Sumber : Data Olahan Penulis, 2021**

Berdasarkan data hasil rekapitulasi responden dari responden penelitian, mengenai keuntungan menjadi prioritas utama, 13 responden menjawab sangat setuju, dan 8 responden menjawab setuju, sementara sisanya menjawab kurang setuju, hal ini dikarenakan dalam menjalankan usaha, tidak hanya tentang keuntungan tetapi juga kebermanfaatannya. Sementara pada pertanyaan wirausaha memiliki daftar dari nilai aset usahanya sebanyak 17 responden menjawab sangat setuju, 11 lainnya menjawab setuju dan 2 responden menjawab kurang setuju.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang distributor Nu Skin yang menyebutkan bahwa angka keuntungan usaha menjadi sebuah tolak ukur kinerja usaha yang telah dijalankan, sebagai berikut :

*“Dalam menjalankan bisnis tentu harus ada pertumbuhan pada keuntungan ya, karena ini dapat menjadi semacam tolak ukur lah dari kinerja dan kerja keras kita, kalau kita konsisten dengan usaha, tentu akan kelihatan hasilnya, hasilnya tadi ya dari keuntungan yang terus meningkat tersebut”*

Berdasarkan hasil olahan data diatas, didapatkan total skor sebesar 259. Yang berarti indikator pertumbuhan keuntungan usaha berada pada kategori sangat setuju.

**Tabel V.9 : Rekapitulasi Total Skor Variabel Kinerja Usaha (Y)**

NO	Indikator	Kategori	Total Skor
1.	Pertumbuhan Penjualan	Sangat Setuju	254
2.	Pertumbuhan Keuntungan Usaha	Sangat Setuju	259
<b>Kategori Penilaian</b>		<b>(Sangat Setuju)</b>	<b>513</b>

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2021*

Berdasarkan rekapitulasi skor pada variabel Y (Kinerja Usaha), ditemukan bahwa indikator pertumbuhan penjualan memiliki total skor 254 yang beradda pada kategori sangat setuju begitu pula dengan indikator pertumbuhan keuntungan usaha, bahwa total skor indikator tersebut sebesar 259 juga berada pada kategori sangat setuju.

### C. Pengujian Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui kuesioner yang diberikan kepada para responden distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru terkait variabel karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha maka penulis akan melakukan uji kelayakan dari variabel dan indikator tersebut, yang dapat dilakukan dengan cara :

## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji atau mengukur sah (valid) atau tidak sah (valid) nya suatu kuisisioner. Suatu data atau kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan yang dibuat oleh peneliti mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Didalam penelitian ini uji coba suatu data dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan aplikasi progam SPSS versi 22. Uji Signifikan suatu data atau kuisisioner dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung ( *Correceted Item-Total Correlation*) dengan r table untuk *degree of freedom* dan cara mencari  $df = (n-2)$  , dalam hal ini n merupakan jumlah sample responden . Dalam penelitian ini jumlah sampel  $n = 30$  dan besarnya  $df = (30-2)$  dan alpha 0,05 dapat r table = 0,219 jika r hitung > r table dan nilai positif maka dinyatakan valid.

**Tabel V.10 : Hasil Uji Instrumen Penelitian**

NO	Item	Corrected Item Total Correlations (r hitung)	R table = 0,05	Keterangan Hasil
X	X1	0,893	0,355	Valid
	X2	0,593	0,355	Valid
	X3	0,519	0,355	Valid
	X4	0,893	0,355	Valid
	X5	0,742	0,355	Valid
	X6	0,683	0,355	Valid
	X7	0,593	0,355	Valid
	X8	0,885	0,355	Valid
	X9	0,893	0,355	Valid
	X10	0,611	0,355	Valid



NO	Item	Corrected Item Total Correlations (r hitung)	R table = 0,05	Keterangan Hasil
	X11	0,519	0,355	Valid
	X12	0,893	0,355	Valid
	X13	0,666	0,355	Valid
	X14	0,593	0,355	Valid
	X15	0,893	0,355	Valid
	X16	0,930	0,355	Valid
	X17	0,885	0,355	Valid
	X18	0,683	0,355	Valid
	X19	0,966	0,355	Valid
	X20	0,930	0,355	Valid
	X21	0,519	0,355	Valid
	X22	0,893	0,355	Valid
	X23	0,742	0,355	Valid
	X24	0,930	0,355	Valid
	X25	0,885	0,355	Valid
	X26	0,893	0,355	Valid
Y	Y1	0,793	0,355	Valid
	Y2	0,738	0,355	Valid
	Y3	0,622	0,355	Valid
	Y4	0,799	0,355	Valid

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan Tabel V. 12 dapat disimpulkan bahwa diatas menunjukkan bahwa masing-masing variable Karakteristik wirausaha dan kinerja usaha berkelanjutan r-hitung > r-tabel yaitu  $n = 30$  dengan

taraf signifikan 5% adalah 0,219, dan dapat diartikan bahwa penelitian pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha distributor Nu Skin valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk menguji suatu kuisioner apakah sudah realibel (konsisten) jika diuji secara berulang – ulang. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas yaitu jika nilai cronbach alpha > 0.06 maka dapat dikatakan realibel.

**Tabel V.11 : Hasil Reabilitas Karakteristik Wirausahawan dan Kinerja Usaha**

*Reliability Statistics karakteristik kewirausahaan*

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	26

*Reliability Statistics kinerja usaha*

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	4

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel V.11 dapat disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan memiliki nilai *cronbach* alpha sebesar 0,973 dan kinerja usaha memiliki nilai *cronbach* alpha sebesar 0,704, dan dapat diartikan bahwa pengujian data ini realibel (konsisten).

## 3. Uji Koefisien Regresi

Analisis regresi linear sederhana merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel, variabel bebas

karakteristik kewirausahaan (X) dan variabel terikat kinerja usaha (Y). Teknis analisis regresi sederhana antara karakteristik kewirausahaan dan kinerja usaha melalui table dibawah ini:

**Tabel V.12 : Hasil Regresi Linear Sederhana**

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)					.028
TOTAL_X	5.603	2.424		2.311	.000
	.103	.021	.671	4.783	

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2021*

Berdasarkan dari Tabel V.14 dapat disimpulkan bahwa hasil regresi linear sederhana memperoleh persamaan  $Y = 5,603 + 0,671X$ . Dan dari persamaan Regresi Linear Sederhana diatas, maka dapat diraikan nilai  $a = 5,603$  menunjukkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan adalah konstanta (tetap) maka kinerja usaha berpengaruh sebesar 5,603 sedangkan koefisien regresi linear sederhana adalah 0,671 yang artinya setiap perubahan variabel X (karakteristik kewirausahaan) maka akan merubah satuan variabel Y (kinerja usaha). Misalnya nilai  $a = 5,603$  menunjukkan bahwa variable karakteristik kewirausahaan konstan (tetap), dan jika setiap terjadinya perubahan variabel karakteristik kewirausahaan (X) maka akan terjadi perubahan satuan dengan variabel kinerja usaha (Y).

#### 4. Uji Koefisien Korelasi Pearson

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independent ( karakteristik kewirausahaan)



dan variabel Dependen (kinerja usaha). Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi yaitu : a. jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka variabel

X dan Y berkorelasi b. jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka variabel X dan Y tidak berkorelasi.

**Tabel V.13 : Uji Koefisien Kolerasi Pearson**

		<i>Correlations</i>	
		TOTAL_X	TOTAL_Y
TOTAL_X		1	.671**
		30	.000
	Pearson Correlation	.671**	30
	Sig.(2-tailed)	.000	1
	N	30	30
TOTAL_Y			
	Pearson Correlation		
	Sig.(2-tailed)		
	N		

*Sumber : Olahan Data Penulis,2021*

Dari Tabel V.13 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari hubungan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha yaitu 0.000, maka dapat diartikan bahwa adanya hubungan antara karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Dan tingkat hubungan antara karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha yaitu sebesar 0,000 yang artinya tingkat hubungan antar variabel lemah.

## 5. Koefisien Determinan

Koefisien Determinasi ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besarnya persentase antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat dilihat hasil dari uji koefisien determinasi pada tabel berikut ini :

**Tabel V.14 : Koefisien Determinan**  
*Model Summary<sup>b</sup>*

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
a. P r 1e	.671 <sup>a</sup>	450	.430	1.73244

a. Predictions: (Constant), TOTAL\_X

b. Dependent Variabel : TOTAL\_Y

Dari Tabel V.12 dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,671 atau 67,1% . Hal ini membuktikan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha pada distributor Nu Skin di WALK In Center Pekanbaru sebesar 67,1% sedangkan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti karakteristik personal, lingkungan internal, dan lingkungan eksternal tetapi tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 6. Uji Parsial

Uji t merupakan salah satu metode yang digunakan untuk pengujian hipotesis rata – rata, uji T dapat dilakukan atas dua rata – rata sampel, pengujian ini berfungsi untuk menguji pengaruh antara variabel bebas teradap variabel terikat secara terpisah ataupun secara bersamaan. Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan SPSS versi 22 diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

$Df = n - k - 1 = 30 - 1 - 1 = 28$  dan untuk mencari t tabel yaitu

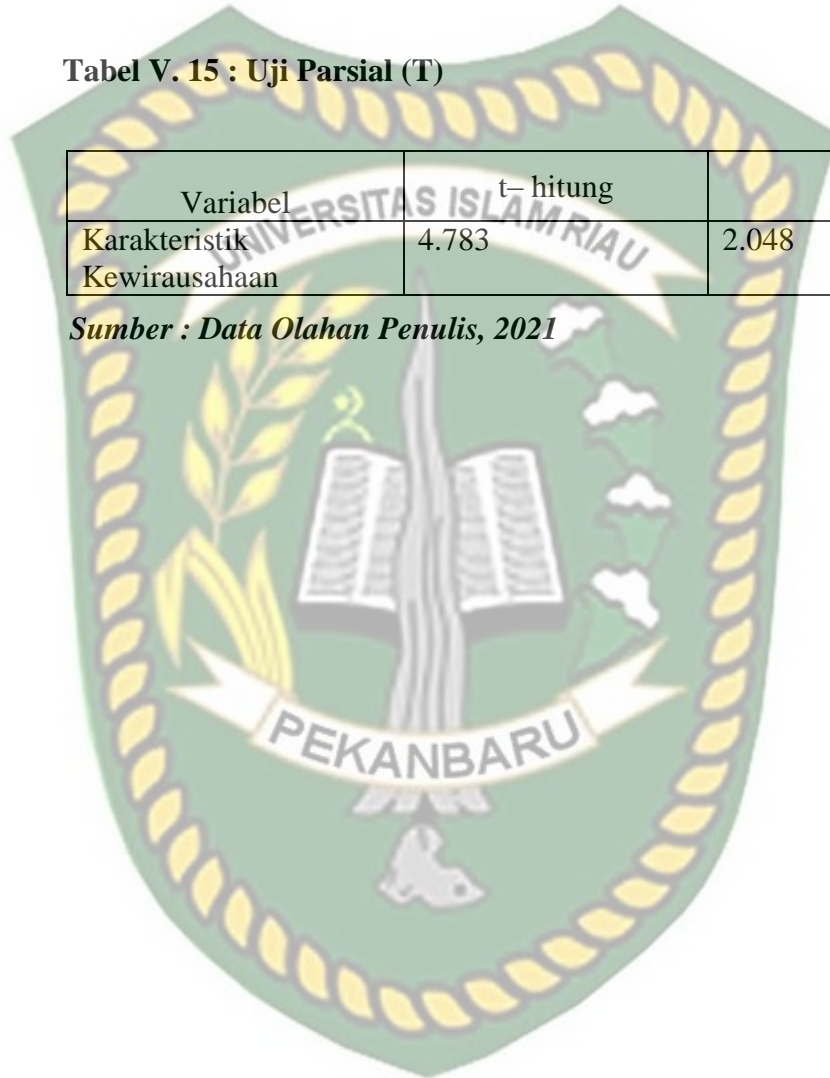
menggunakan rumus:

$$t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1 = \frac{0,05}{2}; 28 = 0.700$$

**Tabel V. 15 : Uji Parsial (T)**

Variabel	t- hitung	t – table
Karakteristik Kewirausahaan	4.783	2.048

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*





## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel X berdasarkan olah data dan total skor berada pada kategori sangat setuju dengan total 3.385, artinya berdasarkan jawaban 30 responden penelitian disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan sangat memiliki pengaruh untuk kinerja usaha, sementara variabel Y berdasarkan olah data dan total skor memperoleh skor 513 dan juga berada pada kategori sangat setuju.
- b. Berdasarkan jawaban 30 responden penelitian diketahui, skor tertinggi dimiliki oleh indikator menghadapi perubahan pada variabel X (Karakteristik Kewirausahaan) sebesar 1.059, sementara indikator dengan skor terendah untuk variabel X adalah jaringan usaha sebesar 378. Untuk indikator pada variabel kinerja usaha memiliki skor tertinggi sebesar 259 dan terendah 254.
- c. Hasil analisis dengan SPSS versi 22 pada uji validitas dinyatakan bahwa pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha dinyatakan valid, dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikan 0.05 (5%). Pada pengujian reabilitas variabel X dan Y dinyatakan realibel karena cronbac alpha  $>$  0.06. Hasil uji regresi

linear sederhana, didapati persamaan  $Y = 5,603 + 0,671 X$ . Dari persamaan tersebut, maka dapat diartikan nilai  $a = 5.639$  menunjukkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan adalah konstan, maka variabel kinerja usaha berpengaruh sebesar 5,603 sedangkan koefisien regresi linear sederhananya 0.671 yang artinya perubahan pada variabel X akan mempengaruhi variabel Y. Hasil uji korelasi person nilai signifikan dari hubungan karakteristik kewirausahaan dan kinerja usaha yaitu 0.000. maka dapat diartikan bahwa antara kedua variabel penelitian memiliki hubungan. Dan tingkat hubungan antara variabel karakteristik kewirausahaan dan kinerja usaha adalah sebesar 0.000 yang artinya tingkat keterkaitannya lemah. Koefisien determinan sebesar 0.671 atau 67.1%. sehingga berdasarkan hal tersebut maka diartikan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha pada Distributor Nu Skin di Walk In Center Pekanbaru sebesar 67.1. T-hitung karakteristik kewirausahaan bernilai 4.783 > t-tabel sebesar 2.048. ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran agar lokasi penelitian dapat menjadi lebih baik :

- a. Pada Variabel X, berdasarkan indikator yang telah disajikan, distributor merasa perlu berusaha keras untuk membangun jaringan usaha, sehingga jaringan usaha masih memperoleh skor rendah, sebab distributor sadar bahwa dari seluruh indikator yang disajikan, jaringan usaha adalah aspek yang butuh perjuangan lebih dalam mengembangkannya. Agar pencapaian – pencapaian dapat terus diraih, distributor Nu Skin harus terus mengaplikasikan karakter kewirausahaan terutama melebarkan jaringan, gigih, dan pantang meyerah.
- b. Pada Variabel Y dalam meningkatkan kinerja usahanya, agar dapat terus memupuk dan mengembangkan karakter kewirausahaan yang telah dimiliki, serta terus belajar menanamkan karakter-karakter baik yang menunjang kinerja usaha nantinya.





## DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Jakarta, Penerbit Liberty.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta, PT Prehallindo.
- Lind, A Douglas, William G. Marchal, Samuel A. Wathen. 2018. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta, Salemba Empat.
- Moehariono. 2014. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Sahabuddin, Romansyah. 2015. *Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Perspektif Kewirausahaan*, Makassar, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM).
- Siagian, 2008. *Filsafat Administrasi*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson
- Swasta, Basu. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*, Bandung : Penerbit Alfabet
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sukardi. 2003. *Metode Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta, Bumi Aksara
- AksaraSuparyanto dan Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Bogor: In Media.
- Tjiptono Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Publisher Vernon
- A. Musselman and John H. Jackson, 2006, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, , Jakarta:Erlangga.

Widoyoko, Eko Putro. 2012. *“Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian”*. Yogyakarta: Pusat Belajar

Yusuf, Burhanuddin. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

Zulkifli ,2005. *Pengantar Study Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru: UIR Press

Zulkifli, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. FISIPOL UIR PEKANBARU

Zulkifli, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Badan Penerbit FISIPOL UIR

**Jurnal:**

Harahap, Arief Riva’I dan Shafira Amalia Ramadhani. 2019. *Analisis*

*Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu*

*Skin Pada Walk In Center Pekanbaru*. Diunduh pada (10 Juni 2020)

<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/4609>

