

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan bertambah pesatnya jumlah penduduk di Indonesia dalam era globalisasi dewasa ini masalah tekanan ekonomi semakin terasa berat khususnya bagi negara-negara berkembang. BPS mencatat tingkat pengangguran terbuka di Indonesia pada Agustus 2008 mencapai 8,39 persen atau 9,39 juta orang dari total angkatan kerja, jumlah angkatan kerja pada Agustus 2008 mencapai 111,95 juta orang, bertambah 2,01 juta orang dibanding Agustus 2007 sebesar 109,94 juta orang (BPS, 2008). Jumlah pengangguran semakin besar dan berdampak pada kondisi sosial ekonomi di Indonesia yang semakin hari bertambah sulit. Secara luas, ini juga berarti pengangguran yang disebabkan ketiadaan lapangan kerja akhirnya menjadi beban tanggungan masyarakat juga.

Pengangguran ini bukanlah hasil sebuah pilihan untuk tidak bekerja, tetapi akibat dari semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan, terutama dikota-kota besar. Masyarakat yang tinggal di perkotaan sering mengharapkan mendapat pekerjaan formal di kantor-kantor, baik pemerintah maupun swasta. Namun, justru sektor seperti itulah yang pada masa- masa ini paling merasakan dampak krisis ekonomi yang berkepanjangan. Konsekwensinya adalah efisiensi tenaga kerja dengan sedikit menyerap tenaga kerja baru.

Penciptaan lapangan kerja yang tak mampu mengimbangi pertumbuhan angkatan kerja baru itu menyebabkan angka pengangguran terbuka tahun 2008 meningkat menjadi 9,39 juta orang (8,39

persen dari angkatan kerja), dari tahun sebelumnya 111,94 13 juta orang. Terjadinya *over-supply* tenaga yang tidak diimbangi oleh *demand* yang memenuhi standar. Sementara tuntutan kualitas sumber daya manusia makin lama makin tinggi dan menuntut kekhususan yang lebih sulit lagi untuk dipenuhi. Dengan melihat kondisi tersebut maka sektor informal merupakan alternatif dapat membantu menyerap orang-orang yang menganggur, tetapi tetap kreatif dan menjadi peredam di tengah pasar global. Lapangan kerja yang terbatas membuat orang mencari jalan untuk bertahan hidup agar dapat hidup layak. Oleh karena itu untuk menumbuhkan perilaku wirausaha pada masyarakat luas khususnya para pencari kerja akan sangat penting dan strategis bagi pengembangan sumber daya manusia Indonesia yang bermutu, memiliki kejelian dalam menciptakan peluang usaha sendiri yang kreatif dan tetap proaktif mengembangkan usaha tanpa meninggalkan potensi lokal dalam menghadapi pasar global. Dewasa ini banyak kesempatan untuk berwirausaha bagi setiap orang yang jeli melihat peluang bisnis tersebut.

Beberapa individu menjelang usia dewasa dalam menjalankan suatu usaha mulai menilai pekerjaan menurut kemampuan, waktu dan biaya. Terutama bagi seorang wirausaha yang membutuhkan keuletan serta keterampilan dalam menjalankan usahanya. Sementara itu penguasaan, pemahaman dan penerapan terhadap kemampuan seseorang dalam menjalankan wirausaha tidak lepas dari kemampuan terhadap wawasan pengetahuan kewirausahaan. Setiap individu akan terus-menerus belajar demi mengembangkan bakat, minat serta karirnya. Karir kewirausahaan dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dan memberikan banyak pilihan barang dan jasa bagi konsumen baik dalam maupun luar negeri. Wirausaha merupakan salah satu bentuk implementasi untuk memenuhi tingkat kesejahteraan. Selain menguntungkan dalam sisi

ekonomis, sebagian kegiatannya juga dapat membantu dalam usaha memenuhi kebutuhan masyarakat banyak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Wirausaha adalah orang yang memiliki dan mengelola serta menjalankan usahanya. Menurut Drucker dalam Suryana (2003: 4) Wirausaha yaitu sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya. Orang yang mendorong perubahan sangat penting dalam menemukan kemungkinan-kemungkinan baru. Wirausaha adalah orang yang suka mengambil resiko dan mampu mengembangkan kreatifitasnya. Manusia wirausaha harus mempunyai ketahanan fisik dan mental yang kuat. Individu yang berkemauan keras untuk berwirausaha mempunyai sikap tidak pantang menyerah, terbuka terhadap saran dari orang lain serta menyadari kelemahan pribadinya sebagai tantangan untuk dapat bangkit dan tidak putus asa dalam mencapai prestasi yang lebih baik. Terdapat berbagai macam penggolongan mengenai wirausaha. Gartner (1988: 268) menggolongkan tipe kewirausahaan berdasarkan bagaimana aktifitas kewirausahaan yang dilaksanakan. Ada 8 tipe, yaitu (1) pelarian terhadap sesuatu yang baru, (2) membuat berbagai jaringan (*network*) dalam transaksinya, (3) transfer keterampilan yang diperoleh dari situasi pekerjaan terdahulu, (4) membeli perusahaan, (5) mengungkit keahlian, (6) mengamalkan pelatihan dan memproduksi produk, (7) mengejar ide yang unik, dan (8) aktifitas bisnis yang berbeda dari pengalaman sebelumnya. Schermerhorn (1996: 125) mengatakan terdapat ciri-ciri khas yang dikaitkan dengan seorang wirausaha (*entrepreneur*) yaitu mampu menentukan nasibnya sendiri, pekerja keras dalam mencapai keberhasilan, selalu tergerak untuk bertindak secara pribadi dalam mewujudkan tujuan menantang, memiliki toleransi

terhadap situasi yang tidak menentu, cerdas dan percaya diri dalam menggunakan waktu yang luang.

Salah satu bentuk wirausaha yang dapat menjawab permasalahan di atas adalah berusaha sendiri sebagai distributor *Multi Level Marketing* (MLM). MLM adalah bentuk penjualan langsung (*direct selling*) modern yang dapat dipadukan dengan CIT (*Communication and Information Technology*) dalam perekrutan member (distributor), transaksi produk dan promosi (penawaran dan periklanan) produk dan sistem pemasarannya. Konsep MLM merupakan salah satu metode pemasaran dengan membuat jaringan (*network*). Distributor MLM dalam menjalankan strategi pemasaran secara bertingkat dituntut memiliki kejelian berimprovisasi untuk mempengaruhi orang lain agar mau bergabung bersama-sama dalam menjalankan usaha MLM. Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik, di samping itu komoditas yang dijual harus halal, memenuhi kualitas dan bermanfaat. MLM tidak boleh memperjual belikan produk yang tidak jelas status halalhnya. Atau menggunakan modus penawaran produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.

Menurut Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) di Indonesia saat ini sekitar 70 perusahaan MLM, seperti Central Nusa Insan Cemerlang atau CNI, *Amway*, *Foreverindo Insanabadi* atau *Forever Young*, *Herbalife* merupakan suatu konsep pendistribusian produk langsung kepada konsumen melalui distributor mandiri. Keunggulan bisnis ini adalah modal kecil dengan peluang yang besar, masa depan ditentukan oleh distributor itu sendiri, tidak ada resiko kredit macet, jam kerja bebas, dapat mencapai impian lebih awal. MLM merupakan suatu metode penjualan barang

secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh distributor secara berantai dan berjenjang. Setiap distributor merekrut atau mensponsori orang lain disebut mitra kerja (*downline*) yang selalu dikaitkan dengan bonus dan komisi. Dalam banyak kasus, seorang distributor mempunyai pendapatan yang tidak kecil, bahkan melebihi pendapatan dari pekerjaan formalnya. Karena itu, banyak orang tertarik untuk bergabung menjalankan model bisnis ini. Semakin banyak mitra kerja (*downline*) yang direkrut atau semakin besar jaringan yang dibangun maka semakin besar bonus yang akan diterima oleh distributor.

MLM merupakan cara berbisnis yang sah, etis, sukses, dan senantiasa berkembang dimana setiap distributor dapat memperoleh hasil banyak atau sedikit sebagaimana dikehendakinya, dengan sedikit resiko finansial, selama 6 atau 60 jam seminggunya. Di Amerika konsep tersebut telah dikembangkan jauh lebih luas selama berpuluh-puluh tahun, hampir setiap barang dan jasa dapat diperoleh melalui MLM. Ini merupakan bisnis multinasional, menyangkut jutaan dollar, dan melibatkan jutaan orang. Konsep MLM pertama kali dicetuskan oleh Nutrilite di AS pada tahun 1939, menerapkan sistem bonus sebesar 2 % kepada setiap penjual yang berhasil merekrut penjual baru (Harefa, 1999: 14).

Koen Verheyen, mantan anggota tim manajemen *Oriflame*, mengatakan bahwa sampai November 1999 perusahaan yang melakukan penjualan langsung yang tercatat sebagai anggota APLI hanya 28 dari 180 perusahaan. Dari jumlah tersebut, sampai Desember 1997 sekitar 1.400.000 orang tergabung dalam jaringan perusahaan MLM anggota APLI. Total penjualan yang tercatat oleh APLI akhir tahun 1997 berkisar Rp 700 milyar, suatu jumlah yang tidak kecil. Sementara yang tidak tergabung membukukan penjualan Rp 800 milyar, sehingga total penjualan

yang dilakukan oleh perusahaan MLM sekitar Rp 1,5 triliun. Sekitar 40 % dari omset tersebut merupakan pendapatan perusahaan dan 60 % merupakan pendapatan distributor dalam bentuk keuntungan eceran, komisi, bonus, dan lain-lain (Harefa, 1999: 17).

Setiap perusahaan MLM memiliki metode perhitungan penjualan sendiri. Tenaga penjual atau distributor MLM adalah pengusaha mandiri yang mendapat penghasilan dari aktifitasnya penjualan produk dan menjaring mitra kerja (*downline*). Distributor MLM dalam menjalankan strategi pemasaran secara bertingkat dituntut memiliki kejelian berimprovisasi untuk mempengaruhi orang lain agar mau bergabung bersama-sama dalam menjalankan usaha MLM tersebut. Di dalam MLM distributor disebut *knowledge walker*, orang-orang ini selalu belajar dan belajar dengan cepat, sehingga dapat bertahan dan maju dalam karirnya. Distributor MLM dalam pengembangan karirnya, seorang *up line* menentukan target distributor *down line*, dan distributor itu sendiri harus mencapai target tersebut. Seorang distributor *down line* secara otomatis membantu *up linenya* untuk mencapai target itu, dan menentukan sendiri target distributor. Tak seorangpun yang akan memarahi kalau distributor tidak dapat memenuhi target tersebut, dan tak seorangpun yang dirugikan, melainkan yang dirugikan adalah dirinya sendiri. Hal ini bermanfaat jika seorang distributor melakukan suatu tindakan tegas untuk terlibat, misalnya dengan mengatakan kepada sejumlah distributor apakah sasaran-sasaran tersebut sudah terpenuhi, dan meminta untuk memantau kemajuan masing-masing distributor. Agar dapat memastikan bahwa dalam menjalankan MLM seorang distributor tidak akan membiarkan distributor lain gagal dalam mengembangkan karir. Berdasarkan hal tersebut setiap distributor dalam pengembangan karirnya memiliki perwatakan atau ciri kepribadian tersendiri yang kemudian lebih dikenal dengan jiwa wirausaha.

Menurut Suryana (2003: 36) watak, sifat, jiwa dan nilai kewirausahaan muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani menghadapi resiko, 4) berjiwa pemimpin, 5) keorisinilan, dan 6) berorientasi ke masa depan. Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya. Tanpa adanya jiwa wirausaha yang tertanam dalam individu masing-masing, maka seorang wirausaha jauh dari kesuksesan. Kapabilitas wirausahawan sangat ditentukan oleh pengetahuan dan keterampilan atau kecakapan yang dilengkapi dengan sikap dan motivasi untuk selalu berprestasi membentuk kepribadian wirausaha (Suryana, 2003: 5).

Oriflame merupakan perusahaan *direct selling* kosmetik No. 1 di dunia dengan perkembangan yang sangat signifikan. *Oriflame* adalah perusahaan dengan karakteristik semangat "saya-bisa", manajemen yang tersebar, dengan atmosfer muda dan kewirausahaan yang tinggi. *Oriflame* merupakan satu-satunya bisnis dengan perpaduan *Direct Selling* dan *Multi Level Marketing*. Artinya, para *member* (distributor) bisa langsung menghasilkan uang dengan berjualan, karena produk-produknya yang memang begitu mudah dijual dan para distributor juga bisa melebarkan jaringannya untuk mendapatkan jenjang karir dan menjemput impian (Yantie, 2009). *Oriflame* adalah perusahaan *direct selling* yang bergantung pada distributor yang berperan sebagai tenaga penjual dimana merupakan ujung tombak perusahaan dalam memasarkan dan menjual produknya. Distributor *Oriflame*, disebut juga *Consultant*, memanfaatkan kegiatan *personal selling* dengan melakukan pendekatan-pendekatan yaitu presentasi dan demonstrasi produk serta kesaksian tentang manfaat produk sehingga diharapkan konsumen akan tertarik dan akhirnya membeli produk dan menjadi *down line* (mitra kerja) tanpa berpikir panjang. Dalam hal ini

distributor *Oriflame* dituntut untuk memiliki kejelian berimprovisasi untuk mempengaruhi orang lain agar mau bergabung bersama-sama dalam menjalankan usaha MLM tersebut. Dalam *Oriflame* penghasilan didapat dari mengajak orang lain bergabung dan menjadi Consultan. Ini dinamakan mensponsori. Jadi apabila distributor benar-benar bekerja keras, maka bonus yang diperoleh bisa sampai puluhan bahkan ratusan juta per bulan. Dalam ranking 10 profesi termahal di Indonesia, distributor MLM menempati posisi pertama dengan pendapatan tertinggi yang diperoleh pengusaha (distributor) MLM sebesar Rp 280.940.284,- per bulan (Warta Ekonomi, 2001).

Dalam MLM semua orang dapat menjadi *distributor*. *Income* sebagai distributor diperoleh bila dapat menjual atau mengajak orang lain untuk ikut bergabung menjadi *distributor* yang biasa disebut *downline*. Dalam MLM terdapat jenjang karir dan semakin tinggi kedudukannya semakin besar pula *income* yang diperoleh. Dalam hal ini jenjang karir dalam *Oriflame* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jenjang Karir di Oriflame

Level	Jenjang Karir	Bonus Point
3%	Consultan	200 – 2.399
6%	Consultan	
9%	Consultan	
12%	Manager	2.400 – 9.999
15%	Manager	
18%	Manager	
21%	Senior Manager	> 10.000
6x21%	Director	Berdasarkan atas kepemilikan <i>down line</i> yang mencapai posisi-posisi tersebut
Memiliki 2 Director	Gold Director	
Memiliki 4 Director	Shapire Director	
Meniliki 6 Director	Diamond Director	

Sumber : *Oriflame Branch North Jakarta 2009*

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa untuk mencapai posisi sebagai Consultan harus mencapai level 3% sampai dengan 9% dihitung berdasarkan point yang dikumpulkan pada setiap bulannya sebanyak 200-3.999 point. Posisi Manager harus mencapai level 12% sampai dengan 18% dengan syarat tingkat point sebanyak 2.400-9.999 point. Posisi Senior Manager harus mencapai level 21% dengan syarat tingkat point sebanyak lebih dari 10.000 point. Posisi Director dihitung berdasarkan kepemilikan mempunyai lima *down line* dengan posisi sebagai Senior Manager. Posisi sebagai Gold Director dihitung berdasarkan kepemilikan mempunyai dua *down line* dengan posisi sebagai Director. Posisi Shapire Director dihitung berdasarkan kepemilikan mempunyai empat *down line* dengan posisi sebagai Director. Posisi Diamond Director dihitung berdasarkan kepemilikan mempunyai enam *down line* dengan posisi sebagai Director. Dalam hal ini nilai point dihitung saat distributor membeli produk kepada perusahaan *Oriflame*. Satu nilai point setara dengan Rp. 5.000,-. Perhitungan point didapat dari harga member (harga katalog yang telah dikurangi *personal discount* yaitu sebesar 23 persen) dibagi Rp. 5.000,-. Seorang Consultan tidak boleh memesan atas nama Consultan lain, tanpa izin tertulis sebelumnya dari Consultan tersebut. Dalam mencapai point-point tersebut seorang distributor tidak mungkin hanya bekerja sendiri tanpa merekrut *down line* atau membuat mitra kerja. Dalam *Oriflame* penghasilan didapat dari mengajak orang lain bergabung dan menjadi distributor/Consultan. Ini dinamakan mensponsori. Dan kepemilikan-kepemilikan atas *down line* yang menempati posisi-posisi tersebut tidak terlepas dari distributor itu sendiri yang mensponsori *down line-down linenya*, sehingga membangun suatu bentuk grup pribadi untuk mencapai posisi karir dalam *Oriflame*. Dalam menjadi seorang sponsor, distributor harus memastikan bahwa mereka membantu, membimbing, melatih, serta memotivasi distributor yang mereka sponsori sendiri. Kesuksesan di *Oriflame* tidak melulu diukur dengan materi yang berlimpah. Sukses di *Oriflame*

berarti sukses di jenjang karir, sukses dalam pengembangan pribadi, sukses menjadi *upline* dan *leader* yang mampu mesukseskan *downline* dan jaringannya. Bonus uang dan bisa menikmati indahny dunia yang disediakan *Oriflame* adalah imbalan karena kesuksesan membuat orang lain bahagia.

Dan bagi setiap distributor yang baru bergabung di *Oriflame*, *Oriflame* membuat program *reward* khusus yang bisa dipenuhi dalam 3 bulan pertama, yang dinamakan *Welcome Program*. Dengan memenuhi kualifikasi program ini, distributor bisa mendapatkan produk gratis dengan nilai total Rp. 320.000,00. Perusahaan MLM biasa memberi *reward* atau insentif pada mereka yang berprestasi disebabkan keberhasilannya dalam memenuhi target penjualan tertentu, dan melakukan berbagai upaya positif dalam memperluas jaringannya. Hal ini untuk menunjang semangat para distributor untuk dapat mengembangkan karirnya. Dalam hal ini *Oriflame* memiliki program *Cash Award*. *Cash Award* diberikan satu kali pada saat para member/distributor pertama kali mencapai peringkat tertentu.

Dengan adanya program-program tersebut para distributor/member diharapkan mampu menanamkan karekteristik semangat “saya-bisa” yang ada dalam diri masing-masing individu (distributor), sehingga hal tersebut mendukung jiwa wirausaha setiap individu (distributor) dalam mengembangkan jenjang karirnya. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Jiwa Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu (Studi Pada Distributor *Multi Level Marketing (MLM) Oriflame* di Bandar Lampung)”**.

B. Permasalahan

Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya. Tanpa adanya jiwa wirausaha yang tertanam dalam individu masing-masing, maka seorang wirausaha jauh dari kesuksesan. Kapabilitas wirausahawan sangat ditentukan oleh pengetahuan dan keterampilan atau kecakapan yang dilengkapi dengan sikap dan motivasi untuk selalu berprestasi membentuk kepribadian wirausaha (Suryana, 2003: 5).

Oriflame adalah perusahaan dengan karakteristik semangat "saya-bisa", manajemen yang tersebar, dengan atmosfer muda dan kewirausahaan yang tinggi. *Oriflame* merupakan satu-satunya bisnis dengan perpaduan *Direct Selling* dan *Multi Level Marketing*. Kesuksesan di *Oriflame* tidak melulu diukur dengan materi yang berlimpah. Sukses di *Oriflame* berarti sukses di jenjang karir, sukses dalam pengembangan pribadi, sukses menjadi *upline* dan *leader* yang mampu mesukseskan *downline* dan jaringannya. Bonus uang dan bisa menikmati indahnya dunia yang disediakan *Oriflame* adalah imbalan karena kesuksesan membuat orang lain bahagia. Distributor MLM dalam pengembangan karirnya, seorang *up line* menentukan target distributor *down line*, dan distributor itu sendiri harus mencapai target tersebut. Seorang distributor *down line* secara otomatis membantu *up linenya* untuk mencapai target itu, dan menentukan sendiri target distributor. Tak seorangpun yang akan memarahi kalau distributor tidak dapat memenuhi target tersebut, dan tak seorangpun yang dirugikan, melainkan yang dirugikan adalah dirinya sendiri. Hal ini bermanfaat jika seorang distributor melakukan suatu tindakan tegas untuk terlibat, misalnya dengan mengatakan kepada sejumlah distributor apakah sasaran-sasaran tersebut sudah terpenuhi, dan meminta untuk memantau kemajuan masing-masing distributor. Agar dapat memastikan bahwa dalam menjalankan MLM seorang distributor tidak akan membiarkan distributor lain gagal dalam mengembangkan karir. Berdasarkan hal tersebut setiap

distributor dalam pengembangan karirnya memiliki perwatakan atau ciri kepribadian tersendiri yang kemudian lebih dikenal dengan jiwa wirausaha.

Menurut Suryana (2003: 36) watak, sifat, jiwa dan nilai kewirausahaan muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani menghadapi resiko, 4) berjiwa pemimpin, 5) keorisinilan, dan 6) berorientasi ke masa depan. Dari uraian serta penjelasan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah percaya diri berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
2. Apakah berorientasi pada tugas dan hasil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
3. Apakah pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
4. Apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
5. Apakah keorisinilan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
6. Apakah berorientasi masa depan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?
7. Apakah percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh percaya diri terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh berorientasi pada tugas dan hasil terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pengambilan resiko terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- e. Untuk mengetahui pengaruh keorisinilan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- f. Untuk mengetahui pengaruh berorientasi pada masa depan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.
- g. Untuk mengetahui pengaruh percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi pada masa depan terhadap pengembangan karir individu pada distributor *Oriflame*.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi atau bahan masukan yang berguna bagi perusahaan *Multi Level Marketing*, dalam hal ini *Oriflame* dalam pengembangan pribadi distributor.
2. Sebagai sumbangan keilmuan bagi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung, dalam kaitannya dengan studi kasus yang berkaitan dengan jiwa wirausaha dalam kehidupan sehari-hari.
3. Sebagai bahan referensi bagi penulis untuk penelitian sejenis selanjutnya.