

**PENGARUH JIWA WIRAUSAHA TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR
INDIVIDU
(Studi Pada Distributor *Multi Level Marketing* Oriflame Di Bandar Lampung)**

Oleh

AYU AMBARINI

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2010**

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEUR SPIRIT TO INDIVIDUAL CAREER DEVELOPMENT

(Study on Multi Level Marketing of Oriflame Distributor in Bandar Lampung)

By

Ayu Ambarini

Everyone will be learn continuously to develop their talents, interest, as well as their career. Entrepreneurship career can support people's welfare as well as gives a lot of choices of goods and services to either domestic or overseas consumer. The entrepreneurship is the one of implementation form to fulfil people's welfare. Meanwhile, a succeed entrepreneur has unique characters (entrepreneur spirit) as a gift or learning results.

The aim of this research is to test the influence of entrepreneur spirit partially and simultaneously of the following variables : self-esteem, task and result orientation, taking risk, leadership, originality, and future orientation to the career development. The type of this research is explanatory research. The populations of this research is the active distributor of Oriflame MLM in Bandar Lampung. The data of this research was obtained from 70 distributors of Oriflame. The samples were taken by using Purposive Sampling. The data analyzed was done by multiple linear regression.

The result shows that entrepreneur spirit with variables : self-esteem, task and result orientation, talking risk, leadership, originality and future orientation have influence simultanly to individual career development. Partially, taking risk not influence to individual career development. To self-esteem, task and result orientation, leadership, originality and future orientation have influence to individual career development.

Keywords : Entrepreneur spirit, career development, Multi Level Marketing.

ABSTRAK

PENGARUH JIWA WIRAUSAHA TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR INDIVIDU (Studi Pada Distributor *Multi Level Marketing* Oriflame Di Bandar Lampung)

Oleh

Ayu Ambarini

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. Berwirausaha merupakan salah satu bentuk implementasi untuk memenuhi tingkat kesejahteraan. Sedangkan wirausaha yang berhasil, diduga memiliki perwatakan yang khas (jiwa wirausaha) dan hal ini bisa muncul sebagai bawaan sejak lahir atau hasil pembelajaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan dari jiwa wirausaha dalam variabel percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil dan orientasi masa depan terhadap pengembangan karir distributor *Multi Level Marketing* Oriflame di Bandar Lampung. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah distributor aktif MLM Oriflame di Bandar Lampung. Sampel diambil menggunakan *Purposive Sampling*. Jumlah sampel sebanyak 70 distributor. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa jiwa wirausaha dalam variabel percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil dan orientasi masa depan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengembangan karir individu. Secara parsial pengambilan resiko tidak berpengaruh terhadap pengembangan karir individu. Untuk percaya diri, orientasi tugas dan hasil, kepemimpinan, orisinil dan orientasi masa depan berpengaruh terhadap pengembangan karir individu.

Kata Kunci : Jiwa wirausaha, pengembangan karir, Multi Level Marketing.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi/Laporan Akhir ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandarlampung, 18 Juni 2010

Yang membuat pernyataan,

Ayu Ambarini
NPM. 0616051002

**PENGARUH JIWA WIRAUSAHA TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR
INDIVIDU
(Studi Pada Distributor *Multi Level Marketing* Oriflame Di Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

AYU AMBARINI



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2010
PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : PENGARUH JIWA WIRAUSAHA TERHADAP
PENGEMBANGAN KARIR INDIVIDU (STUDI
PADA DISTRIBUTOR *MULTI LEVEL*
MARKETING ORIFLAME DI BANDAR
LAMPUNG)

Nama Mahasiswa : AYU AMBARINI

Nomor Pokok Mahasiswa : 0616051002

Jurusan : ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Drs. Ahmad Efendi, M.M
NIP. 19590906 198803 1 001

Ahmad Rifai, S.Sos, M.Si
NIP. 19750204 200012 1 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Nur Efendi, S.Sos., M.Si.
NIP. 19691012 199512 1 001

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Ahmad Effendi, M.M

Sekretaris : Ahmad Rifai, S.Sos, M.Si

Penguji
Bukan Pembimbing : Nur Efendi, S.Sos., M.Si.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Drs. H. Agus Hadiawan., M.Si.
NIP 19580109 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 18 Juni 2010

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tanjung Karang, Bandar Lampung pada tanggal 1 Agustus 1988, sebagai anak kedua dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Sutikno dan Ibu Sarah.

Penulis menepempuh Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) Handayani Gedong Air diselesaikan tahun 1996, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di Kartika II-6 Bandar Lampung pada tahun 2001, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 25 Bandar Lampung pada tahun 2004, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Bandar Lampung pada tahun 2006.

Tahun 2006, penulis mendaftar sebagai mahasiswi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNILA melalui jalur PKAB. Selama menjadi mahasiswi penulis aktif sebagai anggota organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNILA periode 2007-2008 dan sebagai anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) UNILA periode 2006-2007. Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. PLN (PERSERO) Cabang Tanjung Karang pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis mengikuti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) bidang kewirausahaan dengan judul “Manisan Terong Sebagai Alternatif Usaha Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Lampung. Proposal ini berhasil memperoleh dana dikti.

****Motto****

”Jika anda sedang benar, jangan terlalu berani.

Dan bila anda sedang takut, jangan terlalu takut.

Karena keseimbangan sikap adalah penentu perjalanan kesuksesan anda. Tugas kita bukanlah untuk berhasil.

Tugas kita adalah untuk mencoba, karena di dalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil. Anda hanya dekat dengan mereka yang anda sukai.

Dan seringkali anda menghindari orang yang tidak anda sukai, padahal dari dialah anda mengenal sudut pandang yang baru”

(Mario Teguh)

“Perlakukanlah orang lain sebagaimana anda ingin diperlakukan”

”Manusia tidak bisa diajarkan apapun, dia hanya bisa dibantu menemukan apa yang ada pada dirinya sendiri”

(Galileo Galeli)

Persembahan

**Karya ini merupakan perwujudan rasa syukur dan cintaku yang mendalam untuk Allah SWT, sumber kekuatanku
Bapak dan Mamak Tersayang
Seluruh keluarga besarku yang selalu mendukung setiap langkahku dan menemani hari-hariku..**

SANWACANA

Puji syukur Penulis ucapkan kehadirat Allah swt, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Jiwa Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu (Studi Pada Distributor *Multi Level Marketing* Oriflame di Bandar Lampung.” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Hi. Agus Hadiawan, M. Si. selaku Dekan Fisip Unila.
2. Bapak Nur Efendi, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Bapak Drs. Ahmad Efendi, M.M., selaku Pembimbing Utama atas kesediaan dan kesabarannya dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis haturkan permohonan maaf untuk setiap salah dan khilaf penulis selama ini.
4. Bapak Ahmad Rifai, S.Sos, M.Si, selaku Pembimbing Pembantu atas kesediaan dan kesabarannya dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis haturkan permohonan maaf untuk setiap salah dan khilaf penulis selama ini.
5. Bapak Nur Efendi, S.Sos., M.Si selaku Penguji Utama terimakasih untuk kesediaannya meluangkan waktu dan pemikiran, masukan serta saran. Penulis haturkan permohonan maaf untuk setiap salah dan khilaf penulis selama ini.

6. Bapak Ahmad Rifai, S.Sos, M.Si., selaku Pembimbing Akademik;
7. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fisip Unila;
8. Keluargaku tercinta, bapak dan mamak tersayang yang telah mendidik dan memperjuangkan segalanya demi kebahagiaanku. Semoga kelak aku bisa membalas semua yang telah Bapak Mamak berikan untukku, dan semoga kelak aku bisa membahagiakan Bapak dan Mamak. Aku ingin menjadi anak yang selalu bisa membanggakan kalian.
9. Kakak serta adik-adikku tercinta, terima kasih atas doa dan dukungan kalian selama ini.
10. Keluarga Bunda Esi, makasi udah meminjamkan printernya buat aq..
11. Keluarga besarku: Mbah Putri, Mbah Kung, Ye'Poenk, Bude, Bule, Pakde, Om, dan sepupu-sepupuku, terimakasih telah care terhadap aku.
12. Sahabat-sahabatku, dan temen-temanku Bisnis'06: Evi, Riski, Astri, Nur, Melda, Endah, Siti, Nabila, Nisa, Muti, Nay, Hesti, Tanty, Dina, Novi, Nita, Iqbal, Banda, Aji, Taat, Toge, Rico, Amin, M.Adrian, Khariscel, Amar, Dinan, Agus, Dayat, Adi, Baim, Windu dan teman yang lainnya, semoga kita bisa merengkuh keberhasilan bersama-sama.
13. Kakak-kakak dan adik-adik Administrasi Bisnis yang sangat banyak disebutkan satu persatu. Terimakasih ya...
14. Teman-temanku di Koperasi Mahasiswa UNILA, terimakasih dan kompak selalu...
15. Thaxs to: Larko, Hani, dan K' Herwan. atas dukungan, saran, nasihat, dan kebahagiaan-kebahagian lainnya. To Larko, terima kasih telah mengajarkan aku untuk lebih dewasa dan membantuku mengoreksi diri.. ♥□□
16. dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.makasih yaaa...

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan dan semua dalam lindung-Nya.
Semoga Tuhan membalas kebaikan kita semua.

Bandar Lampung, Juni 2010

Penulis

AYU AMBARINI

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	12
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kegunaan Penelitian	15
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Kewirausahaan	16
1. Pengertian Kewirausahaan	16
2. Pengertian Wirausaha..	17
3. Pengertian <i>Intrapreneurship</i>	18
B. Konsep Jiwa Wirausaha.	21
C. Konsep Pengembangan Karir.....	28
1. Pengertian Karir.	28
2. Pengembangan Karir	30
D. Konsep <i>Multi Level Marketing</i>	33
E. Penelitian Terdahulu	37
F. Kerangka Pemikiran	39
G. Hipotesis	41
III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	44
B. Objek dan Subjek Penelitian	44
C. Definisi Konseptual	45
D. Definisi Operasional	46
E. Populasi	47
F. Sampel.....	48
G. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
H. Skala Pengukuran	49
I. Sumber Data	50

1. Data Primer	50
2. Data Sekunder	50
J. Teknik Pengumpulan Data	51
K. Teknik Pengolahan Data	51
L. Teknik Pengujian Instrument	52
1. Pengujian Validitas Instrumen	52
2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	54
M. Teknik Analisis Data	55
1 Analisis Regresi Linier Berganda	55
2. Uji Asumsi Klasik	56
a. Normalitas	56
b. Uji Autokorelasi	56
c. Uji Heterokedastisitas	57
d. Uji Multikolinearitas (<i>Collinearity Statistic</i>)	57
3. Uji R ²	58
4. Uji F	59
5. Uji t	60

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	61
1. Sejarah Perkembangan Usaha	61
2. Tujuan Perusahaan	63
3. Visi dan Misi Perusahaan	65
4. Jenjang Karir	66
B. Karakteristik Responden	67
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
2. Distribusi Responden Berdasarkan Umur	68
3. Distribusi Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Distributor	70
C. Hasil Analisis Data	70
1. Hasil Analisis data Deskriptif	70
a. Penilaian Responden Tentang Percaya Diri	71
b. Penilaian Responden Tentang Orientasi Tugas dan Hasil	73
c. Penilaian Responden Tentang Pengambilan Resiko	78
d. Penilaian Responden Tentang Kepemimpinan	80
e. Penilaian Responden Tentang Orisinil	82
f. Penilaian Responden Tentang Orientasi Masa Depan	84
g. Penilaian Responden Tentang Pengembangan Karir	85
h. Persentase Rata-Rata Sikap Responden Per Variabel	87
2. Hasil Analisis data Inferensial	92
a. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	92
b. Hasil Pengujian Asumsi Klasik	94
1) Uji Normalitas	94
2) Uji Autokorelasi	95
3) Uji Heterokedastisitas	96
4) Uji Multikolinearitas	97
c. Hasil Uji Hipotesis	98
1) Uji R ²	98
2) Uji F	99

3) Uji t.....	100
a) Uji pengaruh X_1 Terhadap Y	101
b) Uji pengaruh X_2 Terhadap Y	102
c) Uji pengaruh X_3 Terhadap Y	103
d) Uji pengaruh X_4 Terhadap Y	104
e) Uji pengaruh X_5 Terhadap Y	104
f) Uji pengaruh X_6 Terhadap Y	105
D. Pembahasan.....	105
1. Pengaruh Percaya Diri Terhadap Pengembangan Karir	105
2. Pengaruh Orientasi Tugas dan Hasil Terhadap Pengembangan Karir.....	107
3. Pengaruh Pengambilan Resiko Terhadap Pengembangan Karir.....	109
4. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Pengembangan Karir.....	110
5. Pengaruh Orisinil Terhadap Pengembangan Karir	111
6. Pengaruh Orientasi Masa Depan Terhadap Pengembangan Karir.....	113
7. Pengaruh Percaya Diri, Orientasi Tugas dan Hasil, Pengambilan Resiko, Kepemimpinan, Orisinil dan Orientasi Masa Depan Terhadap Pengembangan Karir	114
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	118
B. Saran	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Jenjang Karir di Oriflame	9
2. Karakteristik dan Watak Kewirausahaan	21
3. Kepribadian Manusia	27
4. Definisi Operasional	46
5. Hasil Uji Validitas 30 Sampel	53
6. Hasil Uji Reliabilitas 30 Sampel.....	54
7. Interpretasi nilai r	58
8. Jenjang Karir	67
9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
10. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	68
11. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
12. Distribusi Responden Berdasarkan Menjadi Distributor	70
13. Sikap Responden Tentang Keyakinan	71
14. Sikap Responden Tentang Kemandirian.....	72
15. Sikap Responden Tentang Optimisme.....	72
16. Sikap Responden Tentang Prestasi Yang Diharapkan.....	73
17. Sikap Responden Tentang Tidak Memandang Sesuatu Hal dari Sudut Pandang Diri sendiri.....	74
18. Sikap Responden Tentang Melakukan Segala Sesuatu Usaha Untung Berdasarkan Keuntungan Yang Diperoleh	75
19. Sikap Responden Tentang Tekad Kerja Keras	76
20. Sikap Responden Mengenai Dorongan Kuat Untuk Berhasil.....	77
21. Sikap Responden Tentang Energik dan Inisiatif.....	77
22. Sikap Responden Tentang Mengambil Resiko	78
23. Sikap Responden Tentang Kemampuan Mengambil Resiko.....	79
24. Sikap Responden Tentang Kesiapan Menghadapi Tantangan.....	79
25. Sikap Responden Tentang Kemampuan Mempengaruhi Orang Lain .	80
26. Sikap Responden Tentang Kemampuan Bergaul Dengan Orang Lain	81
27. Sikap Responden Tentang Kemampuan Menanggapi Saran dan Kritik	81
28. Sikap Responden Tentang Inovatif dan Kreatif.....	82
29. Sikap Responden Tentang Memiliki Banyak Sumber Bisa	82
30. Sikap Responden Tentang Memiliki Kenalan Orang yang Berhasil ...	83
31. Sikap Responden Tentang Memiliki Pandangan Kedepan Dalam Usaha Yang dilakukan	83

32. Sikap Responden Tentang Pemahaman Akan Apa yang Dicapai.....	85
33. Jawaban Responden Tentang Level Tertinggi yang Sudah Dicapai....	85
34. Jawaban Responden Tentang Kurun Waktu Dalam Mencapai Level Tersebut dari Level Sebelumnya.....	86
35. Persentase Rata-Rata Jawaban Responden Per Variabel X	87
36. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 terhadap Y	92
37. Hasil Uji Multikolinearitas	97
38. Hasil Perhitungan Uji F	99
39. Perhitungan Uji t.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Gambar 1. Pengembangan karir organisasional.....	30
2. Gambar 2. Saluran Pemasaran	34
3. Gambar 3. Sistem distribusi MLM	35
4. Gambar 4. Perbedaan MLM dengan Pemasarn Konvensional	36
5. Gambar 5. Bagan Kerangka Pikir	41

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 halalannya. 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 trilyun. 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

kemasa 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 rangking 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 karakteristik 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 atmosfir 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 indahny 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 kemasa 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.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan.

Kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata *entrepreneurship* sendiri berawal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Istilah tersebut diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon 1755 dalam Pambudi (2009). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say 1803 dalam Pambudi (2009) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak lagi. Menurut Peter Kilby 1971 dalam Iwut (2009), kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan nilai lewat pengakuan terhadap peluang bisnis, manajemen pengambilan risiko yang sesuai dengan peluang yang ada, dan lewat ketrampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, keuangan, dan sumber daya yang diperlukan untuk membawa sebuah proyek sampai berhasil.

Zimmerer (1996: 51) dalam Suryana (2003: 4), *entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problem and to exploit opportunities the people face everyday*. Menurutnya kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.

Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Tujuan pokok kewirausahaan adalah membangun karakter, jiwa, semangat dan nilai-nilai kewirausahaan (*entrepreneurship*) untuk menciptakan atau membuat seseorang yang ingin bergerak dalam bidang bisnis, sebagai wirausaha (*entrepreneur*).

2. Pengertian Wirausaha

Wirausaha dalam bahasa sansekerta terdiri dari kata wira dan usaha, wira artinya manusia unggul, teladan, bebudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan/pendekar kemajuan, dan memiliki keagungan watak sedangkan usaha adalah melakukan kegiatan usaha (Pambudi, 2009). Wirausaha memiliki berbagai karakter positif yang tidak dimiliki oleh para pengusaha biasa. Mereka adalah orang-orang yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat konsumennya. Mereka bukan sekedar orang yang memiliki keterampilan berbisnis, namun juga memiliki kepemimpinan pribadi yang tinggi, baik tercermin dari daya juang yang tinggi, kesabaran dalam menghadapi berbagai tantangan, dan toleransi terhadap ketidakmenentuan (Pambudi, 2009).

Menurut Drucker dalam Suryana (2003: 10) 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. Istilah kewirausahaan banyak dijumpai dalam uraian yang merupakan kata dasar wirausaha yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan kata wirausaha. Terdapat berbagai macam penggolongan mengenai wirausaha, namun kewirausahaan itu bukan untuk sekedar menghasilkan uang, tetapi menghasilkan sesuatu yang diperlukan masyarakat yaitu gagasan

inovatif, semangat untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki visi bisnis atau harapan dan mengubahnya menjadi realita bisnis. Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan inovasi, dan kemajuan di perekonomian, sehingga wirausaha adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

3. Pengertian *Intrapreneurship*

Intrapreneurship sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar. *Intrapreneurship* umumnya dimulai dari karyawan dalam sebuah organisasi yang mempunyai sebuah ide bisnis atau inovasi. Istilah “*corporate entrepreneurship*” telah berkembang menjadi “*intrapreneurship*”, sebuah usaha yang dimaksud untuk mencerminkan kegiatan usaha “intrakorporat” (Hisrich, et al, 2008). *Intrapreneurship* adalah *entrepreneurship* yang dipraktekkan di dalam sebuah organisasi yang mapan. Ada pandangan yang mengatakan bahwa *intrapreneurship* adalah suatu *entrepreneurship* yang selalu menekankan pada pengembangan sumber daya manusia, yaitu sumber daya dari dalam untuk memacu bisnis yang sukses.

Ada kerancuan istilah antara *entrepreneurship*, *intrapreneurship*, dan *entrepreneurial*, dan *entrepreneur* (Sukmadi, dkk, 2008):

1. *Entrepreneurship* adalah jiwa kewirausahaan yang dibangun untuk menjembatani antara ilmu dengan kemampuan pasar. *Entrepreneurship* meliputi pembentukan perusahaan baru, aktivitas kewirausahaan juga kemampuan *managerial* yang dibutuhkan seorang *entrepreneur*.

2. *Intrapreneurship* didefinisikan sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar.
3. *Entrepreneur* didefinisikan sebagai seseorang yang membawa sumber daya berupa tenaga kerja, material, dan asset lainnya pada suatu kombinasi yang menambahkan nilai yang lebih besar daripada sebelumnya, dan juga dilekatkan pada orang yang membawa perubahan, inovasi, dan aturan baru.
4. *Entrepreneurial* adalah kegiatan dalam menjalankan usaha atau berwirausaha.

Intrapreneur adalah orang-orang yang memiliki sifat *entrepreneurial*. Para *intrepeneur*, sama juga seperti para wirausaha, selalu *self-starting* dan tidak dapat melulu dimotivasi oleh uang, lebih dimotivasi oleh visi kedepan. *Intrapreneurship* adalah segala usaha dalam lingkup kewirausahaan yang terutama menggerakkan sumber daya, sumber dana, dan sumber informasi dari dalam lembaga/perusahaan itu sendiri. Seorang *intrapreneur* tidak harus sebagai penemu dari produk atau jasa baru melainkan merupakan orang-orang yang merubah ide atau *prototype* menjadi sesuatu yang berharga. Orang-orang yang berada dibelakang produk atau jasa. Mereka adalah pembentuk *team* yang memiliki komitmen dan semangat yang tinggi untuk menjadikan sebuah ide menjadi kenyataan (Tamburaka, 2008).

Semangat *intrapreneurship* merupakan hal yang esensial bagi pemasar. *Intrapreneurship* dalam organisasi dibandingkan *entrepreneurship* memiliki sejumlah kelebihan maupun hambatan (Susanto, 2006). Kelebihannya dibandingkan *entrepreneursip* terutama pada ketersediaan sumber daya. Semangat *intrapreneurship* dalam sebuah perusahaan yang sudah mapan mempunyai sumber dayanya sudah tersedia dan ‘gratis’, tinggal bagaimana memanfaatkan kesempatan yang ada. Sementara hambatannya adalah spesialisasi dan

pemisahan seringkali menghambat komunikasi, dan kompetisi internal seringkali pula menciptakan problem tersendiri.

Distributor MLM mempunyai jiwa wirausaha, namun dalam kapasitas sebagai distributor. Memiliki tanggung jawab dan respons sebagai pemilik usaha walaupun dia distributor. Oleh karena itu distributor MLM dapat disebut sebagai *intrapreneur*. Seorang distributor MLM tidak melulu dimotivasi oleh uang, lebih dimotivasi oleh sasaran bonus dan komisi. Tenaga penjual atau distributor MLM adalah pengusaha mandiri yang mendapatkan penghasilan dari aktifitasnya penjualan produk dan menjaring mitra kerja (*downline*).

B. Konsep Jiwa Wirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata jiwa memiliki arti roh manusia (yang ada di dalam tubuh dan menyebabkan seseorang hidup); nyawa. Dalam berbagai agama dan filsafat, jiwa adalah bagian yang bukan jasmaniah (immaterial) dari seseorang. Biasanya jiwa dipercaya mencakup pikiran dan kepribadian dan sinonimous dengan roh, akal, atau awak diri (*Encyclopaedia Britannica*. 2008 dalam Wikipedia bahasa Indonesia, 2010). 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 kemasa depan. Dan menurut G. Meredith, et al. Dalam Suryana, (2003: 24), mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik dan Watak Kewirausahaan

Ciri-Ciri	Watak
1. Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
2. Berorientasikan tugas dan hasil.	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. Pengambil Resiko.	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
4. Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
5. Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. Berorientasi ke masa depan.	Perseptif, memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan

Sumber Geofferey G. Meredith, et al. Dalam Suryana, (2003: 24)

1. Percaya diri

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas (Wijandi, 1988: 33). Dalam praktik sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai melakukan dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmer, 1996: 7 dalam Suryana 2003: 21). Sifat-sifat percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain (Alma, 2004: 40),. Kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian dan kemampuan sendiri. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, relatif lebih mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah sendiri tanpa menunggu bantuan orang lain. Kunci keberhasilan adalah untuk memahami diri sendiri. Oleh sebab itu wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri (Wirasmita, 1994: 2). Definisi-definisi tersebut menjelaskan bahwa

kepercayaan diri merupakan suatu paduan keyakinan dan sikap kemandirian, serta optimisme seseorang dalam menghadapi tugas.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausaha tidak mengutamakan prestise dulu, tetapi prestasi kemudian. Ia berharap pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan meningkat. Wirausaha yang selalu memikirkan prestise dulu dan prestasi kemudian, usahanya tidak akan mengalami kemajuan. Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif (selalu ingin mencari dan memulai sesuatu) (Suryana, 2003: 21). Dalam bekerja selalu mendahulukan hasil kerja atau prestasi, tidak malu atau gengsi dalam melakukan pekerjaan, memiliki tekad yang kuat dalam bekerja.

3. Pengambilan resiko

Kemauan dan kemampuan mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Keberanian untuk menanggung resiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan resiko yang penuh dengan perhitungan dan realistik. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistik. Situasi resiko kecil dan situasi resiko tinggi dihindari karena sumber kepuasan tidak mungkin didapat pada masing-masing situasi tersebut. Artinya, wirausaha menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai (Meredith, 1996: 37).

Wirausahawan tidak takut menjalani pekerjaan dengan resiko besar selama mereka telah memperhitungkannya akan berhasil mengatasi resiko itu. Mereka menyadari bahwa prestasi

besar hanya mungkin dicapai jika mereka bersedia menerima resiko sebagai konsekuensi terwujudnya tujuan. Wirausaha dalam melakukan kegiatan usahanya penuh dengan resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Tetapi semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang baru membuat pertimbangan dari berbagai macam segi (Alma, 2004: 41). Dan dalam hal ini pengambilan resiko merupakan penambihan resiko yang dengan penuh perhitungan dan realistik, menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai.

4. Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai sesuatu yang menambah nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang (Suryana, 2003: 23). Seorang *entrepreneur* selalu dapat menyesuaikan diri dengan organisasi yang dipimpinnya, berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahan, dan bersifat responsif terhadap masalah-masalah yang dihadapi. Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu, maka sifat kepemimpinan tergantung pada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang dipimpin (Alma, 2004: 41). Ada pemimpin yang disenangi oleh bawahan, mudah memimpin sekelompok orang, ia diikuti dan dipercaya oleh bawahan. Tapi ada pula pemimpin yang tidak disenangi bawahan atau tidak senang pada bawahannya, ia mau mengawasi bawahannya tapi tidak ada waktu untuk itu. Menanam kecurigaan pada orang lain pada suatu ketika akan berakibat tidak baik pada usaha yang sedang dijalankan. Maka wirausaha sebagai pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dan saran dari bawahan serta harus bersifat responsif. Berdasarkan hal tersebut kepemimpinan berarti bertingkah laku sebagai pemimpin,

dapat bergaul dengan orang lain, dan berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahannya.

5. Keorisinilan

Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang-orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Wirasasmita, 1944: 7) dengan ciri-ciri :

- a. tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik.
- b. selalu menuangkan imajinasinya dalam pekerjaannya.
- c. selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Kreatif dari akronimnya sendiri dapat diartikan sebagai keinginan untuk maju, rasa ingin tahu yang kuat, antusiasme (antusiasme/semangat) yang besar, analisis yang sistematis, terbuka untuk menerima saran dan pendapat orang lain, inisiatif yang menonjol, berani mengambil keputusan dan langkah yang berbeda dari orang lain, dan pikiran yang terkonsentrasikan pada satu pokok pemikiran. Rasa ingin tahu yang kuat itu sendiri, yakni mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.

Sifat orisinil tidak selalu ada pada diri seseorang, yang dimaksud orisinil adalah tidak hanya mengekor pada orang lain tapi memiliki pendapat sendiri dan ada ide yang orisinil untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tapi hal tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru (Alma, 2004: 41). Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai

inovatif, kreatif, dan fleksibilitas yang merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang, dan rasa ingin tahu yang besar dengan mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.

6. Berorientasi ke depan

Wirausaha harus perseptif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai. Karena sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan (Alma, 2004: 42). Orang yang berorientasi kemasa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh kemasa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya (Suryana, 2003: 23).

Murray dalam Sukardi, (1999: 3) mengemukakan bahwa ada 15 variabel kepribadian seseorang, dimana kepribadian seseorang dapat dilihat pada tabel 3. Dari 15 (lima belas) variabel kepribadian di atas, masih menurut Murray paling tidak seorang wirausaha memiliki 8 (delapan) variabel kepribadian, kepribadian yang pada umumnya dimiliki oleh seorang wirausaha antara lain, *Acheivement, Order, Autonomy, Affilituon, Intraception, Dominance, Change, dan Endurance*.

Tabel 3. Kepribadian Manusia

1. <i>Archivement</i>	Berusaha untuk melakukan segala sesuatu dengan baik, ingin yang terbaik, sukses, menunjukkan kemampuan dan usahanya, otoritas, dapat mengerjakan tugas yang sulit dan dapat memecahkan masalah yang sulit.
2. <i>Order</i>	Merencanakan segala sesuatu, membuat rencana sebelum memulai pekerjaan yang sulit, mengorganisasi pekerjaan-pekerjaan secara rinci.
3. <i>Autonomy</i>	Memiliki kebebasan dan kemandirian untuk membuat keputusan, merasa melakukan bebas segala sesuatu yang diinginkan, tidak mepedulikan apa pendapat orang lain tentang apa yang dilakukannya.
4. <i>Affiliation</i>	Loyal terhadap persahabatan, senang membina hubungan persahabatan baru, senang sharing, melakukan segala sesuatu dengan dan untuk teman, bentuk kelekatan yang kuat.
5. <i>Intraseptions</i>	Mampu menganalisis motivasi-motivasi seseorang, merasakan apa yang dirasakan dan yang dipikirkan, keinginan apa yang diharapkan, masalah apa yang dihadapi, kemampuan apa yang dimiliki nantinya yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana perilakunya dalam meraih sesuatu.
6. <i>Dominance</i>	Memiliki kemampuan untuk memimpin, membuat keputusan kelompok, memiliki kemampuan beragumen, mempengaruhi orang lain sesuai keinginannya, serta mengarahkan apa yang harus dilakukan orang lain.
7. <i>Change</i>	Membutuhkan peristiwa/keadaan yang baru dan berbeda dari sebelumnya. Perubahan-perubahan yang diinginkan itu dapat berupa teman-teman baru, lingkungan baru, pengalaman baru ataupun pekerjaan baru.
8. <i>Endurance</i>	Mampu menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas, menyelesaikan problem-problem sampai, kalau bias dikerjakan sendiri tanpa campur tangan orang lain, serta tidak akan berhenti dan puas kalau tugas belum selesai.
9. <i>Defence</i>	Berusaha untuk mengerti orang lain, apa yang mereka pikirkan, dapat mengatakan kepada orang lain tentang apa yang dilakukan untuk menghasilkan pekerjaan yang bagus, menerima kepemimpinan orang lain, mengajak orang lain untuk membuat keputusan.
10. <i>Succarance</i>	Mengharapkan orang lain membantu disaat kesulitan, perlu orang lain untuk mengerti, memahami dan menerima, serta memperhatikan dirinya.
11. <i>Abasement</i>	Dapat merasa bersalah ketika melakukan kesalahan, menerimaresiko akibat dari kesalahan yang dibuat.
12. <i>Nurturance</i>	Membutuhkan teman ketika mebutuhkan perhatian, serta dapat menunjukkan perhatian juga pada orang lain, menarik perhatian pada problem-problem personal.

13. <i>Exhibition</i>	Dapat menceritakan petualangan dan pengalaman pribadi, dapat menerima dan menggali pengalaman dari orang lain, senang menjadi pusat perhatian.
14. <i>Heterosexuality</i>	Senang terlibat dengan lawan jenis, mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dengan lawan jenis.
15. <i>Aggression</i>	Mengatakan apa yang dipikirkan tentang orang lain, mengkritik tentang kelemahan atau kekurangan orang lain, menjadi marah dan menyalahkan orang lain ketika terjadi hal-hal yang tidak baik.

Sumber : Muray dalam Dewa Ketut Sukardi (1999: 4)

C. Konsep Pengembangan Karir

1. Pengertian Karir

Pengertian karir ditafsirkan beragam oleh para ahli sesuai disiplin ilmunya. Konsep karir adalah konsep yang netral (tidak berkonotasi positif atau negatif). Karena itu karir ada yang baik, ada pula yang buruk. Ada perjalanan karir yang lambat, ada pula yang cepat. Tetapi, tentu saja semua orang mendambakan memiliki karir yang baik dan bila mungkin bergulir dengan cepat. Karir dapat diletakkan dalam konteks organisasi secara formal, tetapi karir dapat pula diletakkan dalam konteks yang lebih longgar dan tidak formal. Menurut Simamora (2001: 505) karir adalah “urutan aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku-perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang selama rentang hidup orang tersebut”. Perencanaan karir merupakan proses yang disengaja di mana dengan melaluinya seseorang menjadi sadar akan atribut-atribut yang berhubungan dengan karir personal dan serangkaian langkah sepanjang hidup memberikan sumbangan pemenuhan karir. Sedangkan menurut Ekaningrum (2002: 256) karir tidak lagi diartikan sebagai adanya penghargaan institusional dengan meningkatkan kedudukan dalam hirarki formal yang sudah ditetapkan dalam organisasi. Dalam paradigma tradisional, pengembangan karir sering dianggap sinonim

dengan persiapan untuk mobilitas ke jenjang lebih tinggi, sehingga karir akan mendukung efektifitas individu dan organisasi dalam mencapai tujuannya.

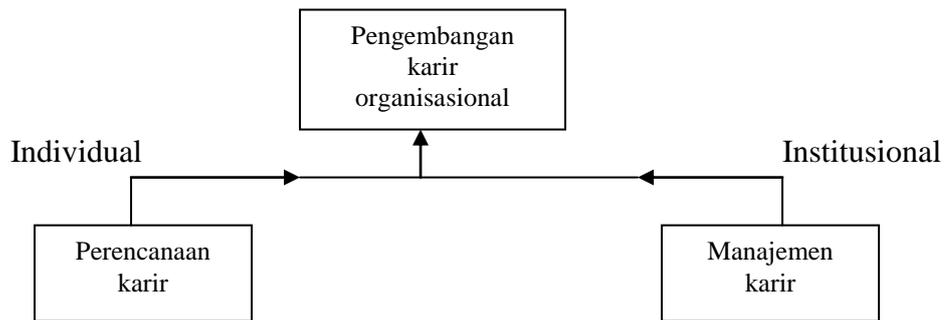
Menurut Dalil (2002: 277) “karir merupakan suatu proses yang sengaja diciptakan perusahaan untuk membantu karyawan agar membantu partisipasi ditempat kerja. Sementara itu Glueck (1997: 134) menyatakan karir individual adalah urutan pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan yang dialami seseorang selama masa kerjanya. Sehingga karir individu melibatkan rangkaian pilihan dari berbagai kesempatan, tapi dari sudut pandang organisasi karir merupakan proses regenerasi tugas yang baru. Sedangkan pendapat Ekaningrum (2002: 258) karir digunakan untuk menjelaskan orang-orang pada masing-masing peran atau status karir adalah semua jabatan (pekerjaan) yang mempunyai tanggung jawab individu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa karir adalah suatu rangkaian atau pekerjaan yang dicapai seseorang dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi dalam individu.

2. Pengembangan Karir

Pengembangan karir (*career development*) menurut Mondy 1993 meliputi aktivitas-aktivitas untuk mempersiapkan seorang individu pada kemajuan jalur karir yang direncanakan. Pengembangan karir (*career development*) meliputi manajemen karir (*career management*) dan perencanaan karir (*career planning*). Memahami pengembangan karir dalam sebuah organisasi membutuhkan suatu pemeriksaan atas dua proses, yaitu bagaimana masing-masing individu merencanakan dan menerapkan tujuan-tujuan karirnya (perencanaan karir) dan

bagaimana organisasi merancang dan menerapkan program-program pengembangan karir/manajemen karir. Sebagaimana gambar 1 dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Pengembangan karir organisasional

Sumber: Simamora, (2001: 505)

Gambar 1. menjelaskan bahwa pengembangan karir organisasional merupakan hasil-hasil yang muncul (*outcome*) dari interaksi antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional. Menurut Simamora (2001: 504), perencanaan karir (*career planning*) adalah suatu proses dimana individu dapat mengidentifikasi dan mengambil langkah-langkah untuk mencapai tujuan-tujuan karirnya. Individu merencanakan karir guna meningkatkan status dan kompensasi, memastikan keselamatan pekerjaan, dan mempertahankan kemampuan dalam pasar tenaga kerja yang berubah. Manajemen karir (*career management*) merupakan proses berkelanjutan dalam penyiapan, penerapan, dan pemantauan rencana-rencana karir yang dilakukan oleh individu seiring dengan sistem karir organisasi. Perencanaan karir terfokus pada individu/pegawai, sedangkan manajemen karir terfokus pada organisasi. Menurut Simamora (2001: 392), proses pengembangan karir dalam suatu pendekatan formal yang diambil organisasi untuk memastikan bahwa orang-orang dengan kualifikasi dan pengalaman yang tepat tersedia pada saat dibutuhkan. Sehingga dapat dikatakan pengembangan karir (*career development*) merupakan suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam

jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Sesuai dengan kodrat manusia individu mempunyai keterbatasan kemampuan tenaga dan waktu. Dengan kemampuan yang dimiliki dalam beraksi, berkreasi secara positif untuk mencapai salah satu tujuan keberhasilan organisasi, tanggungjawab perilaku individu. Untuk mencapai tujuan yang efektif organisasi-organisasi harus memberi dukungan sehingga individu dapat bebas mengembangkan potensinya.

Pengembangan karir yang dilaksanakan dan dikembangkan di *Multi Level Marketing (MLM) Oriflame* melalui pembinaan karir dan penilaian sistem prestasi usaha dalam menjual dan mengembangkan jaringan. Setiap distributor dalam meniti karirnya, diperlukan adanya perencanaan karir untuk menggunakan kesempatan karir yang ada. Disamping itu adanya manajemen karir dari organisasi untuk mengarahkan jalur-jalur karir distributor. Sehingga tujuan karir para distributor dalam kegiatan pengembangan dapat dipilih dan disalurkan dalam satu arah yang berarti baik bagi individu, maupun organisasi itu sendiri. Dalam hal ini *Oriflame* menawarkan berbagai pelatihan dan seminar di bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan (*leadership development programmes*). Dengan seminar tersebut, manajemen dan *Leader Oriflame* membekali para distributornya dengan materi-materi yang bermanfaat. Di antaranya fokus pada motivasi dan pengembangan pribadi, pengetahuan tentang produk, serta kunci sukses menjalankan bisnis *Oriflame* dan berkelanjutan. Disamping itu sukses dalam pengembangan karir yang berarti distributor mengalami kemajuan dalam jenjang karirnya adalah meningkatkan keterampilannya sehingga lebih berprestasi.

Hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir sebagai wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Sumitro (2001: 272) Pengalaman, seperti yang dapat dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan.

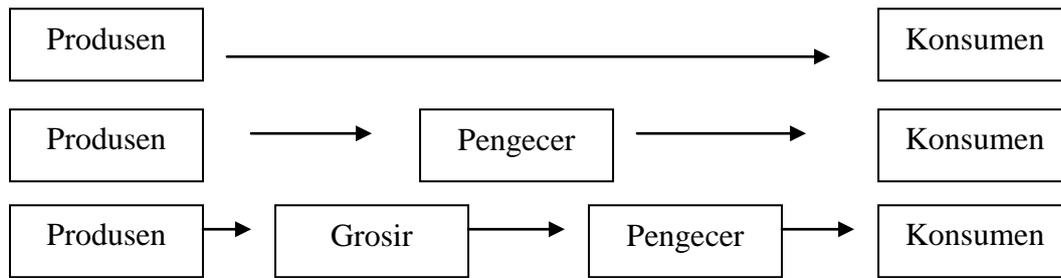
Anthony Robbins dalam Sumitro (2001: 273) mengatakan “sukses berasal dari tindakan benar, tindakan yang benar berasal dari pengalaman, pengalaman berasal dari suatu kesalahan atau *bad judgement*”. Pilihan pengembangan karir melalui wirausaha sebagai distributor MLM diperlukan kreatif, inovatif. Seorang wirausaha dituntut keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Menurut *Direct Sales Agents*, MLM adalah sebuah asosiasi wiraswastaan bebas dalam penjualan langsung dengan tujuan untuk menciptakan “sebuah lembaga yang cukup kuat untuk mewakili kepentingan-kepetingan para anggotanya dalam semua situasi di mana untuk bertindak untuk bertindak sendiri tidak mencukupi. MLM menawarkan peluang untuk membangun bisnis bagi orang biasa yang tidak mempunyai modal dan pengalaman. Dalam perspektif yang lain Mahatir Muhammad menjelaskan “*MLM is the way to survive in the global market*” (Harefa, 1998b: 13). Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan.

D. Konsep *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing (MLM) menurut Clothier (1996: 33) adalah “suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh

para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya; pendapatan yang dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor”. Atau yang dikenal pula dengan nama *Network Marketing* (pemasaran secara jaringan), yaitu pemasaran produk atau jasa oleh seseorang atau sekelompok orang independen yang membentuk jaringan kerja secara bertingkat. Sedangkan menurut Harefa (1998a: 11) *Multi Level Marketing*, istilah ini merujuk kepada sebuah sistem bisnis, dimana pemasaran produk atau jasa dilakukan oleh individu (distributor) yang independen (artinya tidak terikat kontrak kerja dengan perusahaan pengelola bisnisnya). Distributor ini lalu membentuk sebuah jaringan kerja untuk memasarkan produk atau jasa. Dari hasil penjualan pribadi dan jaringannya, setiap bulan perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.

MLM merupakan sebuah konsep pemasaran yang lugas dan sering tidak dipahami dengan tepat serta kurang dihargai sebagai sebuah peluang bisnis yang serius (Clothier,1996: 6). Struktur jaringan MLM prinsipnya tidaklah berbeda dengan sistem distribusi barang lainnya. Masing-masing orang dalam jaringan itu membeli barang-barang yang harganya tergantung kepada jumlah yang dibeli dan menerima suatu persentase harga eceran sebagai labanya. Dalam MLM setiap distributor secara pribadi telah diperkenalkan dengan bisnis ini oleh perusahaanya atau, yang lebih sering terjadi, oleh distributor yang telah ada. Dalam usaha konvensional, para tenaga penjual lazimnya dipekerjakan sebagai pegawai. Dalam MLM, para distributorlah yang menjadi tenaga-tenaga penjualnya, dan mereka mempekerjakan sendiri.



Gambar 2. Saluran Pemasaran

Sumber : Kotler, (1990: 175)

Gambar 2 menjelaskan beberapa saluran pemasaran dengan berbagai panjangnya. Saluran nol tingkat (disebut pula saluran pemasaran langsung) terdiri seorang produsen yang langsung menjual pada konsumen, saluran satu tingkat yaitu saluran yang melibatkan pengecer baru ke konsumen, saluran dua tingkat yaitu saluran yang melibatkan grosir dan pengecer.

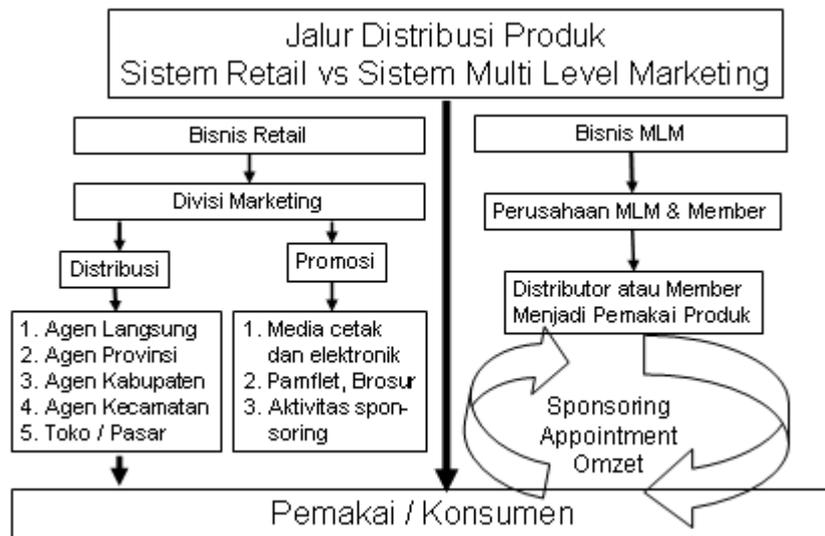


Gambar 3. Sistem distribusi MLM

Gambar 3 menjelaskan sistem MLM ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak lagi melibatkan grosir, pengecer tetapi langsung kepada distributor yang sekaligus sebagai konsumen. Saluran ini yang dipakai oleh system MLM. Penghematan perusahaan MLM boleh jadi juga memungkinkan perusahaan tersebut untuk menggunakan lebih banyak uang guna penelitian dan pengembangan. Oleh karena itu, produk-produk yang terkait biasanya mempunyai mutu unggul. Semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung (*direct selling*) (Harefa, 1998a: 4).

Jika ditinjau dari sisi *member* (distributor) bisnis MLM dapat dianggap berdiri sendiri karena adanya beberapa perbedaan mendasar antara bisnis retail dengan bisnis MLM. Perbedaan

penting adalah pada cara pemasaran dan sistem distribusi produk serta pembagian keuntungannya. Pada sistem *retail*, konsumen tidak pernah mendapatkan bonus (*fee*) atas jasa konsumsinya, sedang pada MLM, distributor dapat menjadi konsumen murni, maupun “penjual” yang dengan perkembangan omset dan jaringannya, berhak mendapatkan bonus dari perusahaan, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Perbedaan MLM dengan Pemasaran Konvensional
 Sumber : Propbiyang, 2008

Menurut *Direct Sales Agents*, MLM adalah sebuah asosiasi wiraswastaan bebas dalam penjualan langsung dengan tujuan untuk menciptakan “sebuah lembaga yang cukup kuat untuk mewakili kepentingan-kepetingan para anggotanya dalam semua situasi di mana untuk bertindak untuk bertindak sendiri tidak mencukupi. MLM menawarkan peluang untuk membangun bisnis bagi orang biasa yang tidak mempunyai modal dan pengalaman. Dalam perspektif yang lain Mahatir Muhammad menjelaskan “*MLM is the way to survive in the global market*” (Harefa, 1998b: 13). Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diantaranya adalah:

- a. Penelitian Anshori (2003) dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu Pada Distributor *Multi Level Marketing* “X” di Malang. Wirausaha dalam hal ini adalah semangat yang ada pada distributor MLM yang meliputi Kreatif, Inovatif, dan Berani. Karir dalam dalam hal ini adalah urutan aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku- perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang selama rentang hidup orang tersebut. Sedangkan Pengembangan karir adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dijelaskan bahwa Pengembangan Karir (Y) seorang distributor MLM dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor Internal dan faktor Eksternal. Faktor internal yang ada dalam wirausaha terbagi menjadi 3 komponen, Kreatif (X_1), Inovatif (X_2), Berani (X_3). Adapun keluarga, ekonomi, dan sosial budaya termasuk faktor eksternal yang ikut mempengaruhi namun tidak diteliti. Variabel X_1 , X_2 , X_3 adalah variabel yang tidak saling berhubungan, namun secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pengembangan karir. Jenis penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik. Pengelolaan data dan analisis data menggunakan bantuan program SPSS 10 yaitu model Analisis Regresi Logistik. Hasil uji signifikan sebesar 0,001 berarti ada pengaruh wirausaha terhadap pengembangan karir . Adapun masing – masing variabel memiliki nilai sebagai berikut : Kreatif berpengaruh terhadap pengembangan karir dengan tingkat signifikan $0,004 < \leq 0,05$. Variabel Inovatif tidak berpengaruh terhadap pengembangan karir karena memiliki signifikan yang diperoleh $0,677 > \leq 0,05$. Variabel Berani merupakan yang dominan berpengaruh terhadap pengembangan karir dengan nilai signifikan $0,001 \leq 0,05$. R^2 sebesar 0,446

yang berarti bahwa wirausaha berpengaruh terhadap pengembangan karir sebesar 44 % sedangkan 56 % lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar wirausaha, yaitu faktor internal (usia, jenis kelamin, dan pendidikan) dan faktor eksternal (keluarga, ekonomi, dan sosial budaya).

- b. Penelitian Aprilani (2004) bertujuan ini untuk mempengaruhi pengaruh dan seberapa erat pengaruh jiwa wirausaha terhadap keberhasilan usaha para wirausahawan sektor UKM. Penelitian ini merupakan tipe penelitian *explanatory*, metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan teknik sampling menggunakan proporsional random sampling sebesar 30 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis kuantitatif (analisis korelasi, uji hipotesis, dan analisis regresi) dan analisis kualitatif (analisis deskriptif).

Di dalam penelitian yang dilakukan dapat dikemukakan bahwa keberhasilan usaha pelaku sektor UKM tidak dipengaruhi oleh jiwa wirausaha hal ini dapat dibuktikan melalui perhitungan statistik yang dilakukan. Dari hasil perhitungan pertama, analisis korelasi terdapat hubungan yang sangat kecil, kedua menggunakan uji hipotesis dengan hasil tidak terdapat hubungan antara jiwa wirausaha dengan keberhasilan usaha, dan ketiga menggunakan analisis regresi diperoleh konstanta tidak berpengaruh. Sedangkan persamaan regresinya diperoleh $y = 2.39 + 0.123$ (berarti tingkat pengaruhnya kecil sekali). Dan berdasarkan analisis kualitatif dengan melihat sebaran kuisisioner diperoleh bahwa, untuk sebaran item jiwa wirausaha menunjukkan persentase yang tinggi (jiwa responden dominan) tetapi untuk sebaran item keberhasilan usaha menunjukkan presentase yang rendah.

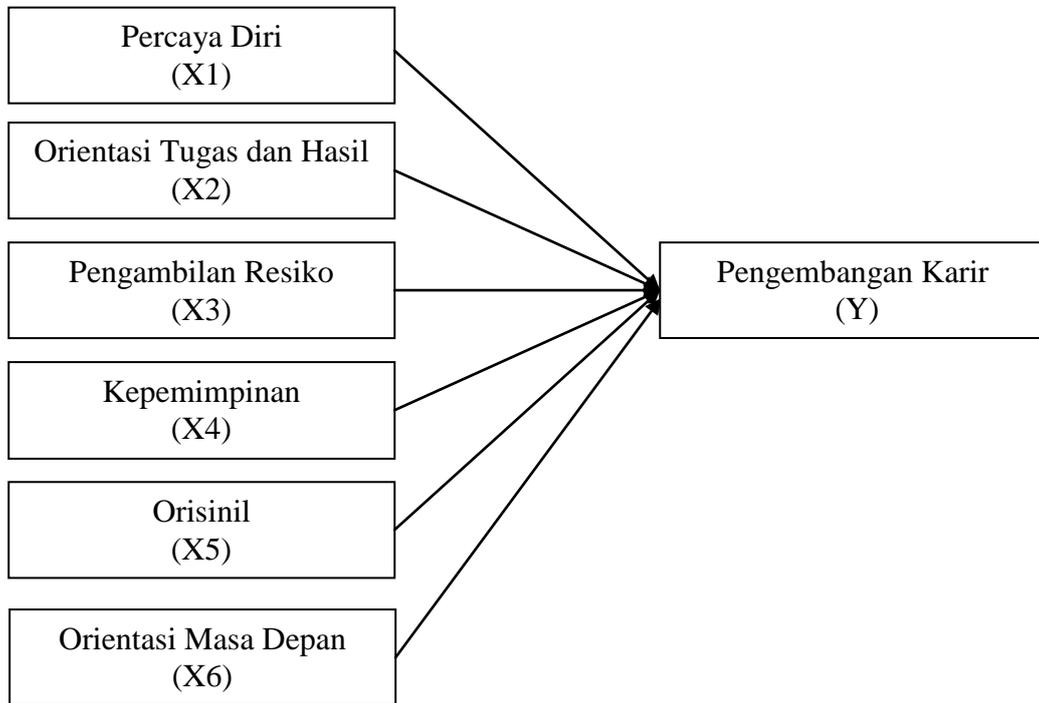
F. Kerangka Pemikiran

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 kemasa depan. Sedangkan karir adalah suatu rangkaian atau pekerjaan yang dicapai seseorang dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi dalam individu. Pengembangan karir organisasional merupakan hasil-hasil yang muncul dari interaksi antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional. Pengembangan karir (*career development*) merupakan suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Kaum *entrepreneur* (wirausaha) sangat besar artinya bagi kemajuan perekonomian, para wirausaha mempunyai katalisator dan menunjang perkembangan arus investasi sehingga ikut memperkuat pembangunan ekonomi yang tengah berlangsung. Dalam proses pembentukan wirausaha tersebut memerlukan pengembangan sumber daya manusia, meliputi bagaimana orang melakukan aktifitas wirausaha dalam hal ini distributor MLM, tujuan berwirausaha, proses pengambilan keputusan terjun ke MLM. 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. Dari hal tersebut pilihan menjadi wirausaha lewat MLM diperlukan percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, dan berorientasi ke masa depan, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Berdasarkan hal tersebut setiap distributor yang berhasil memiliki perwatakan atau ciri kepribadian tersendiri yang kemudian lebih dikenal dengan jiwa wirausaha. Keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan. Sedikit keberuntungan diperlukan, tetapi dapat diargumentasikan bahwa tidak ada keberuntungan mengubah visi menjadi realita lebih berupa kerja keras, di samping imajinasi dan kemampuan yang mampu merubah karir individu menjadi sukses (Rachbini, 2001: 100). Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut, terdapat dugaan sementara bahwasannya jiwa wirausaha yang meliputi percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, dan berorientasi ke masa depan memiliki pengaruh pada tingkat tertentu terhadap pengembangan karir individu. Untuk itu sistematika pemikiran dapat digambarkan dalam bagan berikut ini.



Gambar 5. Bagan Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2007: 51). Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut: s

1. Ho: Percaya diri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
Ha: Percaya diri berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
2. Ho: Orientasi pada tugas dan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
Ha: Orientasi pada tugas dan hasil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
3. Ho: Pengambilan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.

- Ha: Pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
4. Ho: Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir
- Ha: Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
5. Ho: Orisinil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
- Ha: Orisinil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
6. Ho: Orientasi masa depan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
- Ha: Orientasi masa depan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
7. Ho: Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
- Ha: Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *explanatory research*. Penelitian *eksplanatory* merupakan tipe penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Efendi, 1997: 5). Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan antara variabel percaya diri, orientasi tugas dan hasil, berani menghadapi resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan yang mempengaruhi pengembangan karir individu dalam konsep *Multi Level Marketing*.

B. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah jiwa wirausaha, yakni percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan dan pengembangan karir.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah distributor aktif *Multi Level Marketing* Oriflame di Bandar Lampung.

C. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Effendi, 1995: 21). Definisi konsep dalam penelitian ini, yaitu:

1. Percaya diri merupakan suatu paduan keyakinan dan sikap kemandirian, serta optimisme seseorang dalam menghadapi tugas.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil, yakni selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan berinisiatif (selalu ingin mencari dan memulai sesuatu).
3. Pengambilan resiko, yakni pengambilan resiko yang penuh dengan perhitungan dan realistik, menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai.
4. Kepemimpinan, yakni bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, dan berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahannya.
5. Orisinil, yakni nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas yang merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang, dan rasa ingin tahu yang besar dengan mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.
6. Berorientasi ke depan, yakni perseptif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai.
7. Pengembangan karir, yakni suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 2005: 126). Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini, adalah:

Tabel 4. Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Item
Percaya Diri (X1)	suatu paduan keyakinan dan sikap kemandirian, serta optimisme seseorang dalam menghadapi tugas.	a. Keyakinan b. Kemandirian c. Optimisme	1-3
Berorientasi pada tugas dan hasil (X2)	Selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, ketekunan dan ketabahan, berorientasi pada laba, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif (selalu ingin mencari dan memulai sesuatu).	a. Kebutuhan berprestasi b. Ketekunan dan ketabahan c. Berorientasi pada laba d. Tekad kerja keras e. Memiliki dorongan kuat f. Energik dan inisiatif	4-9
Pengambilan resiko (X3)	Pengambilan resiko yang penuh dengan perhitungan dan realistik, menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai.	a. Memiliki kemampuan mengambil resiko b. Suka pada tantangan	10-12
Kepemimpinan (X4)	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, dan berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahannya.	a. Bertingkah laku sebagai pemimpin b. Dapat bergaul dengan orang lain c. Menanggapi saran dan kritik	13-15

Keorisinilan (X5)	Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas yang merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang, dan rasa ingin tahu yang besar dengan mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.	a. Inovatif dan kreatif b. Memiliki banyak sumber bisa c. Memilki Kenalan Orang yang Berhasil	16-18
Berorientasi masa depan (X6)	Perseptif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai.	a. Memiliki pandangan kedepan yang tajam b. Pemahaman apa yang akan dicapai	19-20
Pengembangan Karir (Y)	Suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.	a. Peningkatan level/jenjang b. Kurun waktu	21-22

E. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007: 72). Populasi dapat berupa subyek yang mempunyai kualitas. Populasi dalam penelitian ini adalah distributor yang telah bergabung secara aktif pada MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

F. Sampel

a. Penentuan Jumlah Sampel

Besar populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Oleh karena itu, sulit mencari berapa jumlah populasi yang tepat. Namun, pendapat Roscoe dalam Sekaran, (2003: 227) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel antara lain pada penelitian multivariate (termasuk analisis regresi multivariate) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variable yang akan dianalisis. Pada penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebesar 70 distributor yang telah bergabung secara aktif pada MLM *Oriflame* di Bandar Lampung. Hal tersebut juga didasari oleh pendapat Supranto (2003: 239) menyatakan bahwa sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen. Alasan terbatasnya waktu, dana dan sumber daya juga menjadi pertimbangan pemilihan sampel ini (Sekaran, 2003: 252).

b. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ferdinand (2006: 195) bila tidak ada *sampling frame* yang lengkap misalnya karena tidak mengetahui besarnya populasi, maka tidak dapat menggunakan *probability sampling*. Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara non probability dengan metode *purposive sampling*. Menurut Ferdinand (2006: 195) pemilihan sampel bertujuan ini dilakukan kerana peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki dan memenuhi kriteria yang dilakukan oleh peneliti.

G. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada distributor aktif MLM *Oriflame* di Bandar Lampung. Pada penelitian ini untuk keperluan penyebaran dan pengumpulan kembali kuisioner, peneliti dibantu oleh distributor yang telah memiliki jaringan (*network*) aktif yang ada di Bandar Lampung. Selanjutnya para distributor tersebut membantu peneliti untuk menyampaikan maksud dari penelitian tersebut. Disamping itu peneliti juga menghadiri pertemuan BIG OOM (*Oriflame Opportunity Meeting*) yang diadakan pada hari Minggu 7 Maret 2010 di Hotel Sheraton Bandar Lampung dari pk 14:00 s/d pk. 17:30 yang dihadiri kurang lebih 500-an orang untuk mendapatkan responden.

H. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007: 86). Dalam prosedur skala Likert ini sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden berada dalam satu kontinum antara sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan pemberian bobot skor sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/Sering/Positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah diberi skor | 1 |

(Sugiyono, 2007: 93)

Dengan menggunakan skala Likert ini maka pengukuran yang semula menggunakan skala ordinal karena hanya melambangkan urutan kemudian ada jarak, sehingga dapat dikatakan skalanya menjadi interval.

I. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu :

1. Data primer

Data Primer adalah data yang di dapat dengan cara menggali secara langsung dari sumber pertama atau responden baik dari individu (perseorangan) berupa kuisisioner (wawancara). Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada para distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan dari sumber data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui pendapat ahli, koraan/majalah/jurnal, buku-buku, dan dokumentasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

J. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner/angket. Menurut Arikunto (2002: 128), kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, hal-hal yang ia ketahui. Dalam hal ini, peneliti akan memberikan kuisisioner kepada 70 distributor aktif pada *Multi Level Marketing (MLM) Oriflame* di Bandar Lampung. Selain dari kuisisioner, peneliti juga melakukan observasi untuk

mendapatkan data dari para distributor *Multi Level Marketing (MLM) Oriflame* di Bandar Lampung.

K. Teknik Pengolahan Data

Cara yang digunakan untuk pengolahan data pada penelitian ini melalui berbagai macam, yaitu:

1. Editing

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dan karakteristik. Pengeditan data bertujuan untuk menjamin kelengkapan, konsistensi dan kesiapan data penelitian dalam proses analisis.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Pemberian kode merupakan proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numerik atau karakter simbol. Teknis pemberian kode dapat dilakukan sebelum atau sesudah pengisian kuesioner. Proses pemberian kode akan memudahkan dan meningkatkan efisiensi proses data *entry* komputer.

3. Tabulasi

Tahap pemasukan data yang telah di kategorikan dengan skor ke dalam tabel, sehingga dapat dihitung dengan jelas dan tetap. Tahap tabulasi ini akan menentukan dalam perhitungan.

L. Teknik Pengujian Instrument

1. Pengujian Validitas Instrumen

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur cukup akurat stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total adalah menggunakan rumus *Product Moment Co-efficient of Correlation* yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{(n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}} \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan :

- rx_y : koefisien korelasi
- x_i : skor butir
- y_i : skor total
- n : jumlah subyek

(Arikunto, 2002 : 146)

Pengujian validitas menggunakan r *product moment* pada derajat keabsahan (dk) = n – 1 dengan kriteria pengujian:

1. Bila r_{hitung} > r_{tabel}, maka instrumen valid
2. Bila r_{hitung} < r_{tabel}, maka instrumen tidak valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas 30 Sampel

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,839	0,361	Valid
2	0,873	0,361	Valid
3	0,863	0,361	Valid
4	0,561	0,361	Valid
5	0,448	0,361	Valid
6	0,678	0,361	Valid
7	0,576	0,361	Valid
8	0,685	0,361	Valid
9	0,731	0,361	Valid
10	0,597	0,361	Valid
11	0,842	0,361	Valid
12	0,752	0,361	Valid
13	0,801	0,361	Valid
14	0,776	0,361	Valid
15	0,619	0,361	Valid
16	0,827	0,361	Valid
17	0,739	0,361	Valid
18	0,727	0,361	Valid
19	0,754	0,361	Valid
20	0,897	0,361	Valid
21	0,866	0,361	Valid
22	0,868	0,361	Valid

2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Menurut Singarimbun (1997: 140) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat ukur. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk mencari reabilitas keseluruhan item adalah dengan mengoreksi angka korelasi yang diperoleh dengan memasukkannya dalam rumus Koefisien Alfa (*CronBach*) sebagai berikut:

Rumus Koefisien Alfa (*CronBach*)

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 \sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_i^2} \right] \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan :

α = Nilai reabilitas instrumen

k = Jumlah item pernyataan

$\sum \sigma_i^2$ = Nilai varians masing-masing item pernyataan

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

(Arikunto, 2002:171)

Tabel 6. Hasil Uji Realiabilitas 30 Sampel

Variabel	Alpha Croanbach	Keterangan
X1	0,813	Reliabel
X2	0,665	Reliabel
X3	0,565	Reliabel
X4	0,572	Reliabel
X5	0,643	Reliabel
X6	0,526	Reliabel
Y	0,670	Reliabel

M. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis masalah dan pemecahannya digunakan rumus regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel. Dengan modifikasi rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + et \dots\dots 3.3$$

(Sugiyono, 2007: 211)

dimana:

Y = pengembangan karir

X₁ = percaya diri

X_2 = orientasi tugas dan hasil

X_3 = pengambilan resiko

X_4 = kepemimpinan

X_5 = orisinil

X_6 = orientasi masa depan

a = nilai intercept (konstan)

b = angka arah / koefisien regresi

$$\text{Harga } b = r \frac{S_y}{S_x}$$

$$\text{Harga } \alpha = y - bX$$

dimana:

r = Koefisien korelasi product moment antara variabel X dengan variabel Y

s_y = Simpangan baku variabel Y

s_x = Simpangan baku variabel X

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Gujarati, 2003: 102). Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* adalah:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dan garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000: 214).

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidanya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Watson (uji DW) Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi (Priyatno, 2008: 47-48).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* (Santoso, 2000: 210). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas (*Collinearity Statistic*)

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Gujarati, 2003: 328). Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Menurut Santoso (2001) dalam Priyatno (2008: 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3. Uji R²

Langkah awal yang ditemukan pada analisis regresi adalah koefisien korelasi yang menunjukkan korelasi/hubungan antara variabel dependen dengan variabel independennya. Interpretasi dari nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 7. Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,00	Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Cukup
Antara 0,400 – 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 – 0,400	Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2002: 245)

Uji R² (koefisien determinasi) digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Nurgiyantoro, 2000: 264). R² dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2} \dots\dots\dots 3.4$$

Jika $R^2 = 1$ berarti besarnya persentase sumbangan X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Makin dekat R^2 dengan satu, makin cocok garis regresi untuk meramalkan Y, oleh karena itu R^2 digunakan untuk mengukur cocok tidaknya suatu model regresi dalam meramalkan variabel tak bebas Y.

4. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)} \dots\dots\dots 3.5$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi ganda

N = Jumlah sampel

m = jumlah prediktor

(Sugiyono,2007: 218)

Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, orientasi masa depan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan.

Ha : Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, orientasi masa depan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5%, derajat bebas pembilang $df_1=(k-1)$ dan derajat bebas penyebut $df_2=(n-k)$, k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) - Jika $F_{hit} < F_{tab}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - Jika $F_{hit} > F_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) - Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Uji t

Menguji hipotesis digunakan t test sebagai berikut:

$$t = \sqrt{\frac{(r^2)(n-2)}{1-r^2}} \dots\dots\dots 3.6$$

dimana:

- t = Nilai t
- r = Nilai koefisien korelasi *product moment*
- n = Jumlah sampel

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen.

Hipotesis yang diajukan adalah:

- H_0 : Koefisien regresi tidak signifikan.
- H_a : Koefisien regresi signifikan.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5% dengan $df=(n-k-1)$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - Jika $t_{hit} > t_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perkembangan Usaha

Oriflame adalah perusahaan kosmetika dari Swedia yang didirikan oleh dua bersaudara yaitu Jonas dan Robert af Johnick pada tahun 1967 dan Oriflame merupakan salah satu perusahaan kosmetika dengan *system Direct Selling*. Hingga saat ini Oriflame telah beroperasi lebih dari 60 negara. Oriflame telah terkenal dengan produk perawatan kulit dan kecantikan yang dibuat dari bahan-bahan alami yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Pada tahun 1986, mulai memasuki pasar Indonesia dibawah bendera PT. Orindo Alam Ayu. Sejak dibukanya, ada 3.300.000 Independent konsultan diseluruh dunia yang bergabung bersama Oriflame dan hingga kini akan terus berkembang. Selain memiliki kantor pusat (Jakarta), Oriflame juga memiliki kantor di beberapa daerah yang dapat melayani kebutuhan konsultan. Kantor-kantor tersebut antara lain terdapat di Bulungan, Rawa Mangun dan Daan Bogot (Jakarta), Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Pekanbaru, Makasar, Balikpapan, Manado, Denpasar, Medan, dan Palembang. Oriflame melakukan penelitian modernnya di Global Technical Center di Dublin, Irlandia.

Dengan 7.500 karyawan dan lebih dari 3.300.000 Independent Konsultan, Oriflame telah berkembang dengan sangat cepat selama bertahun-tahun. Tetapi, Oriflame tidak pernah

melupakan ide pertama kali yaitu produk berkualitas yang dibuat dari bahan-bahan alami, perusahaan dengan struktur organisasi yang efektif dan semangat sebagai entrepreneur. Oriflame merupakan satu dari perusahaan dengan system penjualan langsung di dunia yang berkembang sangat cepat saat ini, dan juga pemimpin dalam perusahaan dengan system penjualan langsung lebih dari 60 negara dan dengan merek yang dikenal luas di negara-negara ini. Yang sangat membanggakan adalah keberhasilan Oriflame dalam menawarkan peluang kepada orang-orang di negara-negara ini. Keberhasilan seperti ini hanya hanya dapat dicapai dengan secara terus menerus berusaha melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Fakta saat ini :

1. Bisnis Oriflame telah berkembang dengan sukses di seluruh dunia.
2. Tahun 1990, oriflame berkembang ke negara Eropa.
3. Didirikan pada tahun 1967 di Swedia.
4. Terdaftar pada bursa saham Stockholm (Stockholm Stock Exchange).
5. Pendiri World Childhood Foundation.
6. Kini telah berada di lebih dari 60 negara di dunia.
7. Lebih dari 3.300.000 Consultants tersebar di seluruh dunia.
8. Penjualan tahunan mencapai 1,3 miliar EURO.
9. Mencetak 100 juta katalog dalam 35 bahasa dalam setahun.
10. Terdaftar sebagai anggota APLI.
11. Oriflame beroperasi di Indonesia sejak tahun 1986 dan berkantor pusat di Jl. Bulungan No. 16, Jakarta.

Oriflame adalah perusahaan dengan karakteristik semangat "saya-bisa", manajemen yang tersebar, dengan atmosfir muda dan kewirausahaan yang tinggi.

Oriflame adalah perusahaan yang dibangun dengan nilai-nilai kecil itu indah, berbiaya rendah, menerapkan manajemen non- hierarkis, dan menghargai prestasi individu.

Perusahaan ini berkembang cepat dan telah kembali modal dalam 18 bulan pertamanya dan mengembangkan usaha sampai ke seluruh Skandinavia. Perusahaan ini berkembang secara geometris di tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 90-an, perusahaan ini telah sangat fokus dan siap menghadapi tantangan baru. Tembok penghalang telah runtuh dan tiba-tiba terpampang peta pasar yang baru. Oriflame Eastern Europe S.A didirikan dan merupakan salah satu perusahaan pertama yang membangun operasi di Eropa Timur. Konsep yang diberikan Oriflame membuat orang bias bekerja untuk dirinya sendiri. Tahun 90-an telah menunjukkan perkembangan yang spektakuler dalam sejarah perusahaan dimana total penjualan naik hingga 500%, menjadikan Oriflame sebagai perusahaan dengan system penjualan langsung yang paling cepat berkembang di dunia. Tahun 1997 Oriflame Eastern Europe S.A dan Oriflame Internasional S.A melebu menjadi satu untuk menggabungkan sumber daya masing-masing untuk menghadapi tantangan investasi di tahun-tahun mendatang.

2. Tujuan Perusahaan

Oriflame didirikan untuk menjadi pilihan yang utama bagi pelanggan, distributor dan karyawan Oriflame. Tujuannya adalah menjadi pemimpin dalam perusahaan dengan system penjualan langsung. Oriflame akan mencapai tujuan ini dengan menawarkan peluang yang unik dan luar biasa bagi distributor, pelanggan dan karyawannya. Oriflame yakin bahwa mereka harus melaksanakan sejumlah nilai-nilai yang sangat penting untuk mencapai visi perusahaan.

Nilai-nilai utama Oriflame :

- a. Kami menghargai pendapat orang lain.
- b. Kami berusaha untuk mengembangkan kemampuan diri setiap orang
- c. Kami menjalankan manajemen berbiaya efektif.

- d. Kami berusaha memberikan solusi bisnis yang mudah.

Kami juga menghargai upaya meningkatkan semangat Oriflame dengan:

- a. Memperhatikan lebih dari yang diharapkan.
- b. Mengambil resiko saat hal itu dibutuhkan.
- c. Mencapai lebih dari yang kami pikir mungkin.
- d. Menciptakan semangat dalam bisnis Oriflame.

Oriflame Indonesia selalu berusaha memberikan hanya yang terbaik dari seluruh staf untuk para distributor. Semua ini didasarkan pada nilai-nilai dan visi Oriflame serta tiga pilar utama perusahaan. Tiga pilar utama perusahaan, adalah:

1. *Togetherness*

Oriflame selalu berupaya untuk mencapai tujuan dan cita-cita perusahaan yaitu “Menjadi pilihan utama yang alami” dengan menerapkan kebersamaan melalui saling memperhatikan (*caring*), saling menghormati (*respting*), saling membangun (*developing*), dan saling berbagi (*sharing*).

2. *Spirit*

Oriflame selalu berupaya memelihara semangat dalam bekerja. Semangat ini ditunjukkan dengan selalu berusaha memberikan lebih dari apa yang dapat diberikan kepada pelanggan.

3. *Passion*

Oriflame selalu berupaya memelihara bahkan meningkatkan kegairahan dalam segala hal bagi para konsultan maupun anggota-anggota Oriflame lainnya. Gairah inilah yang pada akhirnya akan membedakan Oriflame dari yang lainnya.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Oriflame adalah menjadikan Oriflame nama pertama yang diingat oleh siapa saja yang menginginkan kosmetika berkualitas tinggi dengan harga terjangkau atau karir bisnis dengan penghasilan tak terbatas bersama perusahaan dengan sistem penjualan langsung yang bersahabat. Oriflame menawarkan cara yang pintar untuk menjual dan membeli. Sistem penjualan langsung Oriflame memberikan keuntungan baik untuk pelanggan maupun konsultan Oriflame sendiri. Untuk pelanggan, sistemnya menawarkan cara yang nyaman, menyenangkan dan dapat diandalkan untuk berbelanja melalui teman, dengan tips-tips pribadi, ide dan inspirasi, serta jaminan uang kembali. Sebagai konsultan Oriflame dapat memperoleh penghasilan yang dinamis, dan peluang karir serta kesempatan untuk mengembangkan diri secara tak terbatas. Meskipun para konsultan Oriflame bekerja mandiri, tetapi tetap menyadari bahwa para konsultan

Oriflame tersebut adalah bagian dari keluarga yang saling mendukung satu dengan lainnya.

Lebih jauh lagi, Oriflame juga menawarkan berbagai pelatihan di

bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan (*leadership development programmes*).

Misi Oriflame adalah memberi kesempatan kepada:

- a. Pelanggan : Dengan meningkatkan pengenalan dan keunggulan produk- produk perawatan dan kosmetik berkualitas tinggi dari Oriflame serta memberikan harga yang terjangkau.
- b. Distributor : Memberikan kesempatan bisnis yang menarik kepada setiap orang di seluruh dunia untuk mendapatkan penghasilan yang tak terbatas dan pengembangan pribadi sebagai bagian dari Oriflame.

- c. Karyawan : Menciptakan usaha yang berhasil bersama para staf yang terbaik di suasana yang penuh tantangan.

4. Jenjang Karir

Bisnis MLM Oriflame bukan sekadar bisnis yang menghitung keuntungan dari waktu ke waktu, melainkan juga memiliki penjenjangan karir, di mana setiap kali tercapai kriteria prestasi atau pencapaian tertentu, seorang distributor berhak naik posisi ke tingkat lebih tinggi, yang memungkinkannya meraih berbagai fasilitas bonus dan komisi yang lebih menarik daripada posisi sebelumnya.

Tabel 8. Jenjang Karir

JENJANG KARIR	JUMLAH GRUP	CASH AWARD	CAR PROGRAM
Diamond President Director	24 Grup Director (24 Diamond)	7 MILIYAR	-
Sapphire President Director	24 Grup Director (18 Diamond)	2.8 MILIYAR	Mercedes M1350
Gold President Director	24 Grup Director (12 Diamond)	2.1 MILIYAR	Mercedes C280
Senior President Director	24 Grup Director (6 Diamond)	1.4 MILIYAR	-
President Director	24 Grup Director	700 JUTA	Mercedes C200K
Diamond Executive Director	21 Grup Director	294 JUTA	-
Sapphire Executive Director	18 Grup Director	252 JUTA	Toyota Camry
Gold Executive Director	15 Grup Director	210 JUTA	-
Executive Director	12 Grup Director	168 JUTA	Toyota Fortuner
Double Diamond Director	10 Grup Director	70 JUTA	-
Senior Diamond Director	8 Grup Director	56 JUTA	-
Diamond Director	6 Grup Director	42 JUTA	Honda All New CRV
Sapphire Director	4 Grup Director	28 JUTA	-
Senior gold Director	3 Grup Director	21 JUTA	-
Gold Director	2 Grup Director	14 JUTA	-
Director	(6x21%)/ Tahun	7 JUTA	-
Senior Manager	21%	-	-
Manager	12-18%	-	-
Consultan	0 s/d 9%	-	-

B. Karakteristik Responden

Beberapa karakteristik responden yang dapat digambarkan berdasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 70 orang distributor aktif MLM Oriflame di Bandar Lampung meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, dan lamanya menjadi distributor. Masing-masing karakteristik tersebut dijelaskan secara ringkas sebagai berikut ini:

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	69	98,6
Laki-laki	1	1,4
Total	70	100

Sumber: Data diolah 2010

Berdasarkan Tabel 9, dilihat bahwa responden yang menjadi distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung adalah perempuan sebanyak 69 orang dengan persentase 98.6%, dan laki-laki sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 1.4%. Distributor perempuan memiliki persentase paling besar hal ini dapat dipahami karena *Oriflame* adalah perusahaan *dirrect selling* kosmetik dimana kosmetik identik dengan perempuan. Penelitian kewirausahaan yang dilakukan selama ini banyak terfokus pada pengusaha laki-laki. Hal ini disebabkan jumlah perempuan pengusaha lebih sedikit dan mayoritas bergerak dalam bisnis skala kecil atau temporer (Drucker, 1988 : 227). Namun semenjak tahun 80-an jumlah wanita karir dan wanita pengusaha telah meningkat tajam dan sejak itu perempuan bekerja mulai menjadi topik penelitian menarik. Hal ini dibuktikan pada penelitian ini jumlah responden lebih banyak dibanding laki-laki, sebagaimana dalam tabel diatas.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 20	17	24.3
21-30	44	62.8
31-40	9	12.9
Total	70	100

Sumber: Data diolah 2010

Berdasarkan tabel 10 dapat maka dapat diketahui bahwa mayoritas distributor MLM *Oriflame* berada pada kisaran usia 21-30 tahun, yaitu sebesar 44 orang dengan persentase sebesar 62.8 %. Kemudian distributor usia 31-40 tahun sebesar 9 orang dengan persentase sebesar 12.9 %. Dua kelompok usia ini merupakan usia produktif, terdiri dari para mahasiswa, karyawan, pengusaha dan ibu rumah tangga yang berusia relatif muda dengan kebutuhan dan keinginan relatif besar. Robinson (1997:231) mengemukakan, rata-rata orang yang berumur di bawah 40-43 tahun cenderung lebih memiliki *self confident* tinggi dan tampil berani, bersemangat dan penuh energi. Selain itu diantara mereka banyak terlibat dalam kegiatan amal, bersosialisasi dalam pergaulan di lingkungannya dengan lebih intens dibanding ketika mereka lebih tua. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata distributor MLM *Oriflame* berusia 20-30 tahun memiliki persentase paling besar karena mayoritas distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung merupakan mahasiswa dan pegawai muda.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir.

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMA/ sederajat	29	41.5
D1-D3	25	35.7
S1	16	22.8
Total	70	100

Sumber : Data diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 11, di atas dapat terlihat bahwa responden yang paling banyak berpendidikan SMA sebanyak 29 orang dengan persentase 41.5% dan D1-D3 sebanyak 25

orang dengan persentase 35.7% hal ini disebabkan karena responden umumnya mahasiswa atau pekerja yang mencari penghasilan tambahan diluar bantuan dari orang tua atau gaji pokok dari tempat mereka bekerja. Selebihnya responden berpendidikan S1 sebanyak 16 orang dengan persentase 22.8% yang pada umumnya merupakan lulusan baru dari Universitas, pegawai atau ibu rumah tangga.

d. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bergabung Dengan *Oriflame*

Tabel 12. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bergabung Dengan *Oriflame*

Tahun	Frekuensi	Persentase (%)
< 1	26	37.1
2-3	34	48.6
> 3	10	14.3
Total	70	100

Sumber: Data Diolah, 2010

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat terlihat bahwa responden dengan lamanya menjadi distributor MLM *Oriflame* lebih dari 3 tahun adalah sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 14.3 %, kemudian antara 2-3 tahun sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 48.6%. Sedangkan responden yang kurang dari 1 tahun sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 37.14%. Hal ini memungkinkan bahwa distributor MLM *Oriflame* sebagian besar sudah pernah hadir dalam pelatihan di bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan (*leadership development programmes*) serta pengembangan diri yang diadakan oleh *Oriflame*.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Data Statistik Deskriptif

Dalam bagian ini akan diuraikan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada distributor aktif *Oriflame* sebanyak 70 orang yang bertempat tinggal di Bandar Lampung. Data tersebut kemudian dapat dikelompokkan berdasarkan skor jawaban responden dari setiap item pertanyaan untuk dihitung persentasenya. Hasilnya sebagai berikut:

a. Penilaian Responden Berdasarkan Percaya Diri

Tabel 13. Sikap Responden Tentang Keyakinan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	40	57,2
Setuju	26	37,1
Ragu-ragu	4	5,7
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 1

Berdasarkan Tabel 13, mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa memiliki keyakinan akan usaha yang dilakukan. Keyakinan yang dimiliki distributor MLM lebih disebabkan oleh pengendalian internal, bukan oleh faktor-faktor dari luar, seperti nasib atau kebetulan pekerjaan yang menyangkut masalah kewirausahaan (Anshori, 2003). Dalam hal ini individu merasa yakin akan usaha yang dilakukan bukan hanya berdasarkan bahwa *Oriflame* sendiri mampu meyakinkan kepada para distributor bahwa menjadi *consultant Oriflame* berarti memiliki penghasilan tak terbatas dan peluang karir yang luar biasa, pengembangan pribadi dan rasa saling memiliki dalam komunitas persahabatan global, namun mereka juga telah didasari oleh keyakinan akan diri sendiri, yakni memahami diri sendiri. Hal ini di buktikan dengan 57.2% menjawab sangat setuju dan 37.1% menjawab setuju. Sementara yang menjawab ragu-ragu hanya 5.7%. Hal ini kemungkinan dikarenakan beberapa responden hanya mencoba dengan tidak menekuni secara serius bisnis MLM ini.

Tabel 14. Sikap Responden Tentang Kemandirian

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	15,7
Setuju	47	67,2
Ragu-ragu	12	17,1
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 2

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan kemandirian, yaitu sikap mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mampu menyelesaikan masalah sendiri tanpa selalu menunggu bantuan orang lain. Tanpa selalu menunggu bantuan dari orang lain yang dimaksud adalah mereka dapat menyelesaikan sendiri dengan keyakinan akan kemampuan yang dimiliki, akan tetapi tidak melulu dengan bantuan dari orang lain. Apabila dalam menyelesaikan suatu masalah selalu menunggu bantuan dari orang tentunya pekerjaan yang diselesaikan selalu akan tertunda. Hal ini di buktikan dengan 15.7% menjawab sangat setuju dan 67.2% menjawab setuju. Sementara yang menjawab ragu-ragu hanya 17.1%. Hal ini kemungkinan dikarenakan beberapa responden berada pada peringkat/ level yang rendah sehingga mereka merasa masih perlu bimbingan dai para *upline* nya.

Tabel 15. Sikap Responden Tentang Optimisme

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	31	44,3
Setuju	32	45,7
Ragu-ragu	7	10
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 3

Selanjutnya berdasarkan Tabel 15, sebanyak 44.3 % menjawab sangat setuju, 45.75 % menjawab setuju rasa optimis akan keberhasilan dari usaha yang dilakukan. Setelah mereka memiliki keyakinan akan usaha yang dilakukan tentunya mereka memiliki rasa optimis untuk keberhasilan dari usaha yang dilakukan. Sikap distributor yang selalu optimis dan “bisa

melakukan” penting untuk memacu kreatifitas dan strategi pelaksanaan serta untuk menanamkan kepercayaan dari orang lain terhadap kompetensinya. Responden yang menjawab ragu-ragu sebesar 10%. Berdasarkan karakteristik responden dengan lamanya menjadi distributor MLM sebanyak 37.1% kurang dari 1 tahun bergabung menjadi distributor hal tersebut memungkinkan beberapa responden jarang mengikuti pelatihan program pengembangan diri yang diadakan oleh Oriflame. Optimisme bisa berkembang dan berkembang. Karena memang sebagian dari optimisme sudah lahir bersama munculnya tubuh kita di dunia, sebagian lagi terkait erat dengan lingkungan dan sebagian lagi dari pelatihan diri secara terus menerus dan fokus.

b. Penilaian Responden Berdasarkan Orientasi Tugas dan Hasil

Tabel 16. Sikap Responden Tentang Prestasi Yang Diharapkan.

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	44	63,9
Setuju	24	34,3
Ragu-ragu	2	2,9
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 4

Kebutuhan berprestasi merupakan motivasi yang akan memicu seseorang untuk terlibat dengan penuh rasa tanggung jawab, membutuhkan usaha dan keterampilan individu, terlibat dalam resiko sedang, dan memberikan masukan yang jelas. Kebutuhan berprestasi yang tinggi dapat dilihat dari kemampuan individu dalam menghasilkan sesuatu yang baru terhadap masalah khusus. Kebutuhan berprestasi juga dicirikan dengan adanya penentuan tujuan, perencanaan, dan pengumpulan informasi serta kemauan untuk belajar. Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan kebutuhan berprestasi, yaitu sebanyak 63.9% menjawab sangat setuju, 34.3% menjawab setuju, serta yang menjawab ragu-ragu hanya 2.9%. mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka selalu berusaha untuk melakukan segala sesuatu

dengan baik sehingga prestasi yang diharapkan berhasil. Suatu harapan mendorong individu untuk melakukan yang terbaik sesuai dengan kemampuan diri sendiri. Kunci keberhasilan adalah memahami diri sendiri.

Tabel 17. Sikap Responden Tentang Tidak Memandang Sesuatu Hal dari Sudut Pandang Diri sendiri.

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	46	65,7
Setuju	24	34,3
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 5

Berdasarkan Tabel 17, sebanyak 65.7% menjawab sangat setuju, dan 34.3% menjawab setuju. Hal ini berarti mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam memandang suatu hal tidak hanya dari sudut pandang diri sendiri. Mereka dalam mengambil pertimbangan akan suatu hal selalu meminta pendapat dari orang lain. Ketika seseorang memiliki empati dengan sudut pandang orang lain, maka akan jauh lebih baik dan mudah untuk mengadakan hubungan dengan orang lain. Ini bisa terjadi dikarenakan seseorang yang tidak memandang sesuatu hal dari sudut pandang sendiri dianggap mempunyai hati dan menghargai mereka. Pada dasarnya setiap orang suka untuk dihargai dan menginginkan adanya suatu pujian, sehingga dapat menimbulkan gairah dan meningkatkan rasa percaya diri. Hal ini penting untuk para *upline* yang biasanya dalam MLM merupakan mentor yang senantiasa ditiru oleh para *downline* nya.

Tabel 18. Sikap Responden Tentang Melakukan Segala Sesuatu Usaha Dihitung Berdasarkan Keuntungan Yang Diperoleh.

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
-------------------	------------------	-----------------------

Sangat Setuju	29	41,4
Setuju	35	50
Ragu-ragu	6	8,6
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 6

Berdasarkan Tabel 18, sebanyak 41.4% menjawab sangat setuju, dan 50% menjawab setuju hal ini menunjukkan melakukan segala sesuatu usaha dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh. Mereka dalam bekerja selalu mendahulukan hasil kerja atau prestasi. Usaha dalam hal ini adalah suatu bisnis. Usaha yang dilakukan oleh distributor dalam mencapai karir yang diinginkan tentunya mengharapkan imbalan yang sesuai dengan usahanya. Distributor MLM mengharapkan hasil yang tidak hanya mengganti kerugian waktu dan uang yang diinvestasikan tetapi juga memberikan imbalan yang pantas bagi resiko dan inisiatif yang mereka ambil dalam mengoperasikan bisnis mereka sendiri. Dengan demikian imbalan berupa bonus/komisi merupakan motivasi yang kuat bagi distributor MLM. Kebanyakan wirausaha puas dengan keuntungan yang pantas. Responden yang menjawab ragu-ragu sebesar 8.6%. berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia sebanyak 24.3% berusia kurang dari 20 tahun, kelompok usia ini belum memiliki tingkat pemikiran yang relatif mampu menganalisis, menilai dan mengambil sikap yang tepat dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya.

Tabel 19. Sikap Responden Tentang Tekad Kerja Keras

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	17,1
Setuju	31	44,3
Ragu-Ragu	25	35,7
Tidak Setuju	2	2,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 7

Distributor MLM pada awalnya membangun organisasi, mengajak dan membina anggota kelompoknya serta melakukan duplikasi dan mengajarkan semua ilmu serta kiat-kiat menjalankan MLM kepada distributor lainnya. Ketika itu ia belum mendapatkan hasil, akan tetapi seorang distributor MLM dikatakan berhasil dan sukses ketika ia pun berhasil mensukseskan orang yang berada di bawah jaringannya. Dari hal-hal tersebut mereka telah berfikir bahwa peningkatan karir diperoleh dari kerja keras. Hal ini didukung dengan jawaban responden pada tabel 19, sebanyak 17.1% menjawab sangat setuju, 44.3% menjawab setuju, namun masih ada yang meragukannya, yaitu jumlah responden sebesar 35.7% dan tidak setuju sebesar 2.9%. Mayoritas distributor MLM berada pada kisaran usia <20 tahun (24.3%) serta memiliki latar belakang pendidikan lulusan SMA/ sederajat (41.5%) hal ini tentunya menjadikan distributor masih cenderung berfikir praktis terhadap suatu usaha yang dijalankan.

Tabel 20. Sikap Responden Mengenai Dorongan Kuat Untuk Berhasil

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	44	62,9
Setuju	24	34,3
Ragu-ragu	2	2,9
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 8

Berdasarkan Tabel 20, sebanyak 62.9% menjawab sangat setuju, dan 34.3% menjawab setuju, serta yang menjawab ragu-ragu hanya 2.9%. Hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa untuk meraih peningkatan karir memiliki dorongan/ambisi untuk berhasil. Dorongan/ ambisi untuk berhasil penting demi memacu meningkatkan kreatifitas para distributor dalam meraih karir yang diinginkan. Sumber dorongan itu bisa datang dari dalam atau dari sesuatu yang menggerakkan keinginan dari luar. Banyak hal yang menjadi sumber penggerak motivasi distributor itu sendiri, yakni yang berasal dari dalam cenderung beranjak dari kebiasaan individu (yang telah berkembang secara kompleks), sedangkan

motivasi yang sumber penggeraknya datang dari luar selalu disertai oleh persetujuan, kemauan, dan kehendak individu.

Tabel 21. Sikap Responden Tentang Energik dan Inisiatif

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	21,4
Setuju	46	65,7
Ragu-ragu	8	11,4
Tidak Setuju	1	1,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 9

Berdasarkan Tabel 21, menunjukkan energik dan inisiatif, sebanyak 21.4% menjawab sangat setuju, dan 65.7% menjawab setuju, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa untuk mendorong peningkatan karir memiliki ide-ide baru. Mereka tidak pernah puas dengan ide yang sudah ada dan selalu mencari cara baru untuk menyelesaikan masalah. Hal ini penting dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan yang dihadapi para distributor dalam menghadapi tantangan pasar. Responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 11.4% dan tidak setuju sebanyak 1.4%, hal ini mungkin dikarenakan beberapa responden berada pada peringkat/ level yang rendah sehingga mereka dalam menjalankan bisnis MLM ini secara keseluruhan masih mengikuti para *upline* nya.

c. Penilaian Responden Berdasarkan Pengambilan Resiko

Tabel 22. Sikap Responden Tentang Mengambil Resiko

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	25	35,7
Setuju	41	58,6
Ragu-ragu	4	5,7
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 10

Berdasarkan Tabel 22, sebanyak 35.7% menjawab sangat setuju, dan 58.6% menjawab setuju, hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa saat mengambil

keputusan dalam memulai suatu usaha selalu memperhitungkan resiko terlebih dahulu. Para distributor MLM didalam memilih karir tentunya telah mempertimbangkan keuntungan dan kekurangan bisnis untuk usaha yang akan dijalankan. Responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5.7%, hal ini mungkin dikarenakan beberapa responden merasa tidak selalu/ pernah tidak memperhitungkan resiko dalam mengambil keputusan mungkin dikarenakan faktor tergesa-gesa, dan sebagainya.

Tabel 23. Sikap Responden Tentang Kemampuan Mengambil Resiko

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	15,7
Setuju	36	51,4
Ragu-ragu	23	32,9
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 11

Berdasarkan Tabel 23, sebanyak 15.7% menjawab sangat setuju dan 51.4% menjawab setuju, hal ini menyatakan bahwa siap/mampu dengan resiko dari keputusan yang diambil. Pengambilan risiko berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri. Artinya, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai resiko. Sedangkan untuk responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 32.9% hal ini mungkin dikarenakan distributor tidak mempersiapkan terlebih dahulu segala sesuatu atas resiko yang diambil.

Tabel 24. Sikap Responden Tentang Kesiapan Menghadapi Tantangan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	12,9
Setuju	38	54,3
Ragu-ragu	20	28,6

Tidak Setuju	3	4,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 12

Berdasarkan Tabel 24, sebanyak 12.9% menjawab sangat setuju dan sebanyak 54.3% menjawab setuju, hal ini menyatakan bahwa dalam mencapai keberhasilan yang diinginkan siap untuk menghadapi tantangan. Sedangkan untuk responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 28.6% dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 4.3% hal ini mungkin dikarenakan bahwa bisnis *Multi Level Marketing* itu sendiri pada umumnya mempunyai resiko yang kecil, yakni dengan 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 sehingga para distributor kurang memperhatikan tantangan dalam pengambilan resiko.

d. Penilaian Responden Berdasarkan Kepemimpinan

Tabel 25. Sikap Responden Tentang Kemampuan Mempengaruhi Orang Lain

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	12,9
Setuju	39	55,7
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1,4
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 13

Berdasarkan Tabel 25, sebanyak 12.9% menjawab sangat setuju, dan 55.7% menjawab setuju, hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa berhasil dalam mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai dengan yang diharapkan. *Income* sebagai distributor diperoleh bila dapat menjual atau mengajak orang lain untuk ikut bergabung menjadi distributor yang biasa disebut *downline*. Sehingga hal tersebut membutuhkan suatu kemampuan dalam mempengaruhi orang lain. Responden yang menjawab ragu-ragu

sebanyak 3% dan untuk jawaban tidak setuju sebanyak 1.4%. responden dalam posisi 3%-12% (42.9%) sehingga dalam mempengaruhi orang lain mereka merasa kurang optimal tanpa bantuan dari para *upline* nya.

Tabel 26. Sikap Responden Tentang Kemampuan Bergaul Dengan Orang Lain

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	22	31,4
Setuju	37	52,9
Ragu-ragu	9	12,9
Tidak Setuju	2	2,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 14

Berdasarkan Tabel 26, sebanyak 31.4% menjawab sangat setuju, 52.9% menjawab setuju, ragu-ragu sebesar 12.9% dan tidak setuju sebesar 2.9%. Hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mampu bergaul/ berinteraksi dengan orang lain. Untuk menjadi pemasar produk dan pembentuk jaringan yang sukses, seorang distributor harus diterima oleh pihak mana pun yang ingin ditemuinya. Dalam berbisnis, pergaulan sangat penting untuk membina hubungan saling menguntungkan dan memberi dorongan positif bagi diri sendiri dan orang lain agar dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik. Hal ini ditegaskan bahwa salah satu unsur dari keberhasilan seorang pengusaha (wirausaha) MLM adalah kemampuan bersosialisasi dalam pergaulan (Anshori, 2003).

Tabel 27. Sikap Responden Tentang Kemampuan Menanggapi Saran dan Kritik

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	19	27,1
Setuju	45	64,3
Ragu-ragu	5	7,1
Tidak Setuju	1	1,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 15

Berdasarkan Tabel 27, sebanyak 27.1% menjawab sangat setuju, 64.3% menjawab setuju, hal ini berarti bahwa berusaha/ mampu menanggapi kritik yang disampaikan orang lain dengan

baik. Mereka terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang untuk mencapai jenjang karir yang diinginkan. Menanggapi kritik dan saran dari orang lain berguna untuk membangun pribadi agar lebih baik, karena dalam hidup bersosialisasi perlu penilaian dari orang lain. Sebanyak 7.1%, menjawab ragu-ragu dan tidak setuju sebanyak 1.4%, hal ini mungkin dikarenakan responden merasa kurang terbuka terhadap kritik dan saran yang disampaikan orang lain.

e. Penilaian Responden Berdasarkan Keorisinilan

Tabel 28. Sikap Responden Tentang Inovatif dan Kreatif

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5,7
Setuju	46	65,7
Ragu-ragu	20	28,6
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 16

Berdasarkan Tabel 28, sebanyak 5.7% menjawab sangat setuju, dan 65.7% menjawab setuju, hal ini menunjukkan inovatif dan kreatif, dalam memperoleh peningkatan karir mampu menciptakan sesuatu yang baru untuk usaha yang dilakukan. Mereka mampu mencari peluang baru, mencipta dan menyempurnakan mekanisme dengan cara yang lebih baik, berkemampuan menciptakan ide-ide baru dalam kompetisi atau perubahan kondisi lingkungan. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna/nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan “*market oriented*” atau apa yang sedang laku dipasaran. Sebanyak 28.6% menjawab ragu-ragu, berdasarkan jawaban responden mengenai peringkat/ level sebanyak 15.7% masih berada pada posisi yang rendah, yakni 3%-9% sehingga mereka kebanyakan masih meniru para *upline* nya.

Tabel 29. Sikap Responden Tentang Memiliki Banyak Sumber Bisa

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	24,3
Setuju	39	55,7
Ragu-ragu	14	20
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 17

Berdasarkan Tabel 29, sebanyak 24.5% menjawab sangat setuju, 55.7% menjawab setuju, hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa distributor suka mencari informasi dengan membaca, bertanya pada orang yang memiliki banyak pengetahuan dan pengalaman. Seorang distributor dapat belajar cara-cara mensponsori dan menjual produk yang sesuai dengan dirinya melalui pergaulan dengan para distributor lain yang berhasil. Selain pengetahuan meningkat seorang distributor dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan berani dalam meningkatkan nilai tambah pada kepercayaan dirinya, dan inilah yang diperlukan seorang distributor MLM untuk mengaktualisasikan potensinya dengan optimal. Responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 20%, hal ini mungkin dikarenakan responden sendiri tidak suka mencari informasi dengan membaca/bertanya.

Tabel 30. Sikap Responden Tentang Memiliki Kenalan Orang yang Berhasil

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	18,6
Setuju	36	51,4
Ragu-ragu	21	30
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 18

Berdasarkan Tabel 30, sebanyak 18.6% menjawab sangat setuju, 51.4% menjawab setuju, hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dalam melakukan usaha memiliki banyak kenalan orang yang berhasil. Dalam pergaulannya MLM biasanya mendatangkan orang-orang yang berhasil dalam bisnis tersebut, sehingga memungkinkan mereka untuk mengenal mentor yang dapat ditiru oleh mereka. Dan yang ragu-ragu sebanyak 30%, hal ini

mungkin dikarenakan para distributor yang hanya mengenal para *upline* nya saja yang berwilayah di Bandar Lampung, tidak dalam jangkauan luas.

f. Penilaian Responden Berdasarkan Orientasi Pada Masa Depan

Tabel 31. Sikap Responden Tentang Memiliki Pandangan Kedepan Dalam Usaha Yang dilakukan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	51	72.8
Setuju	19	27.2
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 19

Berdasarkan Tabel 31, sebanyak 72.8% menjawab sangat setuju, dan 27.2% menjawab setuju. Hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dalam melakukan usaha memiliki pandangan apa yang dilakukan akan berguna dikemudian hari. Hal tersebut merupakan impian, impian adalah wujud dari hasrat yang berorientasi pada masa depan. Dengan adanya pandangan kedepan, seseorang akan berusaha untuk mewujudkan impian tersebut dan melakukannya dengan segala sesuatu usaha yang telah terkonsep. Karena memiliki pandangan yang jauh kemasadepan, maka seseorang selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya.

Tabel 32. Sikap Responden Tentang Pemahaman Akan Apa yang Dicapai.

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	24,3
Setuju	41	58,6
Ragu-ragu	12	17,1
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 20

Berdasarkan Tabel 32, sebanyak 24.3% menjawab sangat setuju, 58.6% menjawab setuju, hal ini berarti mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dalam mencapai keinginan harus mengerti apa yang akan dilakukan. Dengan begitu suatu usaha dapat bertahan, karena sebuah

usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan seorang akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan. Dan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17.1%, berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia sebanyak 24.3% berusia kurang dari 20 tahun, kelompok usia ini belum memiliki tingkat pemikiran yang relatif mampu menganalisis, menilai dan mengambil sikap yang tepat dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya.

g. Penilaian Responden Berdasarkan Pengembangan Karir

Tabel 33. Jawaban Responden Tentang Level Tertinggi yang Sudah Dicapai

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
> 6x21%	2	2.9
21%	27	38.6
12%-18%	30	42.9
3%-9%	11	15.7
0%	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 21

Berdasarkan Tabel 33, mayoritas responden menduduki posisi level tertinggi yang sudah dicapai dalam *Oriflame* sampai dengan 12%-18% yakni sebagai manager. Dan selanjutnya disusul dengan posisi 21% sebagai senior manager, dan posisi 3% - 9% sebagai consultan, serta posisi > 6x21% sebagai Director, dst. Hal tersebut menunjukkan rata-rata distributor MLM Oriflame di Bandar Lampung telah mencapai posisi sebagai manager, artinya dapat dikatakan telah mencapai pengembangan karir.

Tabel 34. Jawaban Responden Tentang Kurun Waktu Dalam Mencapai Level Tersebut dari Level Sebelumnya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
< 3bulan	14	20
4-6 bulan	48	68.6
7-9 bulan	8	11.4

10-12 bulan	0	0
>12 bulan	0	0
Total	70	100

Sumber: Kuesioner, Nomor 22

Berdasarkan Tabel 34, mayoritas responden mengalami peningkatan karir dari level sebelumnya yang pernah dicapai dalam waktu 4-6 bulan. Dan selanjutnya disusul dengan jawaban A yakni dalam waktu < 3 bulan, lalu jawaban C yakni dalam waktu 10-12 bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata distributor MLM Oriflame di Lampung mengalami peningkatan level dalam waktu yang cepat, hal ini dikarenakan Oriflame sendiri rutin dalam mengadakan berbagai pelatihan dan seminar di bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan (*leadership development programmes*). Dan juga pada bulan-bulan tertentu Oriflame mengadakan program-program yang memberikan *reward* untuk para distributor yang mengalami peningkatan level dalam waktu tertentu.

3. Persentase Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

Tabel 35. Persentase Rata-Rata Jawaban Responden Per Variabel X

Keterangan	X1	X2	X3	X4	X5	X6
Sangat Tidak Setuju	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0%
Tidak Setuju	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0%
Ragu-Ragu	12.9 %	0 %	24.3 %	11.4 %	21.4 %	0%
Setuju	47.1 %	65.7 %	60 %	70 %	62.9 %	35.7%
Sangat Setuju	40%	34.3 %	15.7 %	18.6 %	15.7 %	64.3%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100%

Sumber: Data diolah 2010, Lampiran 6

Berdasarkan tabel 35 menunjukkan bahwa masing-masing variabel percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan rata rata jawaban per variabel setuju untuk percaya diri sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 47.1%, orientasi tugas dan hasil sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 65.7%,

pengambilan resiko sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar 60%, kepemimpinan sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 70%, orisinil sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 62.9%, orientasi masa depan sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar 35.7%.

Dari tabel diatas untuk variabel percaya diri (X1) menunjukkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa dalam melakukan suatu usaha harus percaya diri. Kepercayaan diri yang ditentukan oleh keyakinan, kemandirian dan kemampuan sendiri, sehingga dapat menyelesaikan masalah tanpa selalu menunggu bantuan dari orang lain, dan hasilnya optimis terhadap usaha yang dilakukan. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel percaya diri menunjukkan angka 12.8429, hal ini berarti 12.8429 dibagi dengan jumlah item pada variabel percaya diri sebanyak 3 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.2089 yang berarti tingkat percaya diri pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa MLM itu sendiri tidak luput dari aktivitas memimpin, menjual dan mempersentasikan. Ketiga hal tersebut membutuhkan komunikasi verbal atau berbicara. Hasil akhir dari semua aktivitas itu akan sangat ditentukan oleh kualitas bicara. Sebelum sampai kepersoalan teknis, seperti struktur bicara, intonasi gaya bahasa atau bahkan pilihan kata dan kalimat, aspek mendasar dari kualitas bicara adalah tingkat percaya diri saat melakukannya. Dengan berbicara dengan penuh percaya diri distributor dapat mempengaruhi, menjual atau mengajak orang lain untuk ikut bergabung menjadi distributor.

Untuk variabel orientasi pada tugas dan hasil menunjukkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya, tidak memandang segala sesuatu hal dari sudut pandang diri sendiri, dan dalam melakukan segalal sesuatu usaha (bisnis) dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh, serta berpandangan bahwasannya peningkatan karir diperoleh dari kerja keras, dorongan/ ambisi yang kuat untuk berhasil dan

memiliki ide-ide baru dalam peningkatan karir. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel orientasi tugas dan hasil menunjukkan angka 26.0143 dibagi dengan jumlah item pada variabel orientasi tugas dan hasil sebanyak 6 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.335 yang berarti tingkat orientasi tugas dan hasil pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa mayoritas responden yang menjadi distributor MLM Oriflame di Bandar Lampung berada pada kisaran usia 20-30 tahun, yaitu sebesar 44 orang dengan persentase sebesar 62.8 %. Kemudian distributor usia 31-40 tahun dengan persentase sebesar 12.9%. Dua kelompok usia ini merupakan usia produktif, terdiri dari para mahasiswa, karyawan, pengusaha dan ibu rumah tangga yang berusia relatif muda yang diindikasikan memiliki tingkat pemikiran yang relatif mampu menganalisis, menilai dan mengambil sikap yang tepat dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya.

Untuk variabel pengambilan resiko menunjukkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa dalam mengambil keputusan harus selalu memperhitungkan resiko, sehingga siap dengan resiko dari keputusan yang diambil dan bersedia menghadapi tantangan untuk keberhasilan yang diinginkan. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel pengambilan resiko menunjukkan angka 11.8857 dibagi dengan jumlah item pada variabel pengambilan resiko sebanyak 3 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.9619 yang berarti tingkat pengambilan resiko pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa 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. Risiko MLM itu sendiri lebih sedikit dibandingkan bisnis lain, hal ini dikarenakan modal awal yang tidak memerlukan biaya tinggi (rendahnya biaya pendaftaran pada perusahaan MLM). Dengan kata lain individu tidak rugi karena modalnya tidak besar.

Untuk variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa dalam peningkatan karir dalam MLM harus mampu mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan, mampu bergaul/ berinteraksi dengan orang lain, serta berusaha dengan baik dalam menanggapi kritik yang disampaikan orang lain. Dalam berbisnis, pergaulan sangat penting untuk membina hubungan saling menguntungkan dan memberi dorongan positif bagi diri sendiri dan orang lain agar dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel kepemimpinan menunjukkan angka 12.0857 dibagi dengan jumlah item pada variabel kepemimpinan sebanyak 3 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.0285 yang berarti tingkat kepemimpinan pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa 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. Distributor *up line* dapat 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 *down linenya* gagal dalam mengembangkan karir. Distributor *up line* yang berhasil merupakan motivator bagi para *down line*. Dari hal tersebut diperlukan jiwa kepemimpinan.

Untuk variabel orisinil menunjukkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa untuk usaha yang dilakukan suka menciptakan sesuatu yang baru, harus memiliki banyak pengetahuan dan pengalaman, serta memiliki banyak kenalan orang berhasil dalam sektor kehidupan. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel orisinil menunjukkan angka 11.7000 dibagi

dengan jumlah item pada variabel orisinil sebanyak 3 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.900 yang berarti tingkat orisinil pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa salah satu unsur dari keberhasilan seorang pengusaha (wirausaha) MLM adalah kemampuan bersosialisasi dalam pergaulan. Seorang distributor dapat belajar cara-cara mensponsori dan menjual produk yang sesuai dengan dirinya melalui pergaulan dengan para distributor lain yang berhasil. Selain pengetahuan meningkat seorang distributor dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan berani dalam meningkatkan nilai tambah pada kepercayaan dirinya, dan inilah yang diperlukan seorang distributor MLM untuk mengaktualisasikan potensinya dengan optimal.

Untuk variabel orientasi masa depan menunjukkan bahwa rata-rata distributor sangat setuju bahwasannya aktivitas yang dilakukan berguna untuk dikemudian hari dan mengerti apa yang dilakukan untuk mencapai keinginan. Dan dari hasil yang tertera pada lampiran 7 mean variabel orientasi masa depan menunjukkan angka 8.8000 dibagi dengan jumlah item pada variabel orientasi masa depan sebanyak 2 item menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.400 yang berarti tingkat orientasi masa depan pada distributor MLM Oriflame termasuk tinggi. Hal ini didukung bahwa distributor MLM itu sendiri dituntut untuk mempunyai impian yang setinggi-tingginya. Impian merupakan wujud dari hasrat berorientasi pada masa depan. Dengan adanya pandangan kedepan, seorang distributor MLM akan berusaha untuk mewujudkan impian tersebut dan melakukannya dengan segala sesuatu usaha yang telah terkonsep. Karena memiliki pandangan yang jauh kedepan, maka seseorang selalu akan berusaha berkarsa dan berkarya.

2. Hasil Analisis Data Statistik Inferensial

a. Hasil Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari percaya diri (X_1), orientasi tugas dan hasil (X_2), pengambilan resiko (X_3), kepemimpinan (X_4), orisinil (X_5), dan orientasi masa depan (X_6) terhadap pengembangan karir distributor *Multi Level Marketing (MLM) Oriflame* di Bandar Lampung (Y). Untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan, maka dapat dilihat pada hasil perhitungan regresi dengan menggunakan SPSS 16 lampiran 7 pada *coefficient*.

Berdasarkan lampiran 7 maka hasil perhitungan regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 36. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ dan X_7 terhadap Y

Variabel	Koefisien
A	-1,960
b_1	0,193
b_2	0,088
b_3	0,053
b_4	0,107
b_5	0,102
b_6	0,162

Sumber: Lampiran 7

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

$$\hat{Y} = -1,960 + 0,193X_1 + 0,088X_2 + 0,053X_3 + 0,107X_4 + 0,102X_5 + 0,162X_6$$

Model regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dari persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi mempunyai nilai konstanta sebesar -1,960; artinya jika percaya diri (X_1), orientasi tugas dan hasil (X_2), pengambilan resiko (X_3), kepemimpinan (X_4), orisinil (X_5), dan orientasi masa depan nilainya (X_6) adalah 0 atau tidak ada pengembangan karir.

- b. Koefisien regresi variabel percaya diri (X_1) sebesar 0,193; artinya jika variabel percaya diri mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,131. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara percaya diri dengan pengembangan karir, semakin tinggi percaya diri maka semakin meningkat pengembangan karir.
- c. Koefisien regresi variabel orientasi tugas dan hasil (X_2) sebesar 0,088; artinya jika variabel orientasi tugas dan hasil mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,088. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara orientasi tugas dan hasil dengan pengembangan karir, semakin baik orientasi tugas dan maka semakin meningkat pengembangan karir.
- d. Koefisien regresi variabel pengambilan resiko (X_3) sebesar 0,053; artinya jika variabel pengambilan resiko mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,053. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengambilan resiko dengan pengembangan karir, semakin baik pengambilan resiko dan maka semakin meningkat pengembangan karir.
- e. Koefisien regresi variabel kepemimpinan (X_4) sebesar 0,107; artinya jika variabel kepemimpinan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,107. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepemimpinan dengan pengembangan karir, semakin baik kepemimpinan maka semakin meningkat pengembangan karir.
- f. Koefisien regresi variabel orisinal (X_5) sebesar 0,102; artinya jika variabel orisinal mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,102. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif

antara orisinil dengan pengembangan karir, semakin naik nilai variabel orisinil maka semakin meningkat pengembangan karir.

- g. Koefisien regresi variabel orientasi masa depan nilainya (X_6) sebesar 0,162; artinya jika variabel orientasi masa depan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pengembangan karir (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,162. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara orientasi masa depan dengan pengembangan karir, semakin baik orientasi masa depan maka semakin meningkat pengembangan karir.

b. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan kurva *Normal P-P Plot of Regression Standarizad Residual* yang berguna untuk menguji apakah residual model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebaran data yang berada di sekitar garis kenormalan dapat diasumsikan bahwa data tersebut menyebar secara normal, sedangkan apabila data tidak menyebar di sekitar garis kenormalan maka dikatakan bahwa data tersebut tidak menyebar secara normal. Berdasarkan sebaran yang terdapat pada *Normal P-P Plot of Regression Standarizad Residual* yang terlampir pada lampiran 8, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat diketahui bahwa model regresi penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Watson (uji DW) Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi (Priyatno, 2008: 47-48).

Dari hasil perhitungan pada lampiran 7 pada *model summary*, diperoleh bahwa nilai $d = 2,285$ sedangkan nilai batas pada tabel Durbin Watson pada lampiran 13, dengan $\alpha=5\%$, $n=70$ dan $k= 6$ (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh $d_L= 1,283$ dan $d_U= 1,645$. Nilai d (2,285) terletak antara d_U dan $(4-d_U)$ atau $(d_U < d < 4-d_U)$. Nilai $4-d_U$ sebesar 2,355 diperoleh $(4-1,645)$. Dengan demikian nilai d terletak di antara d_U dan $4-d_U$ atau $(d_U < d < 4-d_U)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain yang tetap. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* untuk melihat pola tertentu pada grafik. Pemeriksaan terhadap asumsi ini dilakukan melalui plot antara *Regression Studentized Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Jika plot data menyebar acak dengan ragam (variens) konstan dan tidak terpol, diduga ragam konstan (homoskedastisitas). Tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu

Y maka tidak terjadi heterokedastisitas dan tidak membentuk pola tertentu seperti gelombang melebar, kemudian menyempit. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas terpenuhi. Hasil uji asumsi ini ditampilkan pada lampiran 9. Dari gambar pada lampiran 9 tersebut dapat diketahui bahwa plot tidak mengikuti suatu pola tertentu dan secara konstan berada di sekitar nilai tengah nol. Hal ini berarti tidak memenuhi asumsi heterokedastisitas pada model regresi dan terjadi homokedastisitas sehingga model regresi layak dipakai.

4) Uji Multikolinieritas

Pengujian asumsi tidak adanya multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan linier yang terjadi antara variabel-variabel bebas. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya multikolinieritas. Pengujian ini penting untuk melihat independensi antar variabel bebas dalam menjelaskan pengaruh terhadap variabel tak bebas. Pelanggaran terhadap asumsi ini dapat menyebabkan kesalahan dalam interpretasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

Pengujian asumsi ini menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada model regresi dan variabel bebas dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 5. Umumnya jika nilai VIF melebihi 10 maka menunjukkan adanya kasus multikolinieritas yang parah. Menurut Priyatno (2008: 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- a) Mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1.
- b) Mempunyai angka *tolerance* mendekati 1.

Tabel 37. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Percaya Diri	0,823	1,216
Orientasi Tugas dan Hasil	0,716	1,397
Pengambilan Resiko	0,844	1,185
Kepemimpinan	0,923	1,084
Orisinil	0,755	1,324
Orientasi Masa Depan	0,67	1,477

Sumber: Lampiran 7

Dari hasil di atas dapat diketahui nilai *variance inflation factor (VIF)* keenam variabel, yaitu percaya diri sebesar 1,216, orientasi tugas dan hasil sebesar 1,397, pengambilan resiko sebesar 1,185, kepemimpinan sebesar 1,084, orisinil sebesar 1,324, dan orientasi masa depan sebesar 1,477 lebih kecil dari 5, sehingga bisa diduga bahwa antarvariabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

c. Uji Hipotesis

1) Uji R^2

Berdasarkan hasil perhitungan yang terlampir pada lampiran 7 pada bagian *model summary*, didapat angka R sebesar 0,797. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi yang telah disajikan pada tabel 7 angka ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara pengembangan karir dengan keenam variabel independennya adalah kuat. Angka R *Square* atau koefisien determinasi (R^2) adalah 0,635, hal ini berarti 63,5% variasi variabel independen yang digunakan model percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan mampu menjelaskan variasi pengembangan karir. Sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, yakni faktor eksternal (keluarga, ekonomi, sosial budaya) yang dinyatakan dalam penelitian Anshori (2003).

2) Uji F

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linear berganda ke dalam uji F, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 38. Hasil Perhitungan Uji F

Variabel yang dicari korelasinya	F Hitung	F Tabel	Keterangan
Pengaruh $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ terhadap Y	18,297	2,358	Ho ditolak

Sumber: Lampiran 7

Hipotesis yang ditawarkan:

H_0 : Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, dan orientasi masa depan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

H_a : Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, dan orientasi masa depan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

Hasil perhitungan melalui uji F diperoleh F hitung sebesar 18,297; dengan $df_1 = (k-1) = (6-1) = 5$ dan $df_2 = (n-k) = (70-6) = 64$ dan derajat kebebasan 0,05. Berdasarkan lampiran 13 diperoleh F tabel sebesar 2,358. Ini berarti F hitung > F tabel jadi, H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti terdapat pengaruh antara percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, dan orientasi masa depan terhadap pengembangan karir distributor. Oleh karena itu dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinal, dan orientasi masa depan terhadap pengembangan karir distributor

MLM *Oriflame* di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel secara berturut turut adalah variabel percaya diri sebesar 0,424 disusul oleh variabel orientasi tugas dan hasil sebesar 0,272, lalu variabel kepemimpinan sebesar 0,222 serta variabel orisinil sebesar 0,216 dan variabel orientasi masa depan berpengaruh sebesar 0,202. Sedangkan pada variabel pengambilan resiko sebesar 0,111. Berdasarkan data tersebut maka variabel percaya diri berpengaruh paling dominan terhadap pengembangan karir individu distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

4. Uji t

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linear berganda ke dalam uji t. Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 39. Perhitungan Uji t

Variabel yang dicari Korelasinya	t Hitung	t Tabel	Keterangan
----------------------------------	----------	---------	------------

X ₁ (percaya diri)	5,053	1,998	Ho ditolak
X ₂ (orientasi tugas dan hasil)	3,027		Ho ditolak
X ₃ (pengambilan resiko)	1,340		Ho diterima
X ₄ (kepemimpinan)	2,809		Ho ditolak
X ₅ (orisinil)	2,467		Ho ditolak
X ₆ (orientasi masa depan)	2,184		Ho ditolak

Sumber: Lampiran 7

Pengujian pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇) secara parsial terhadap variabel terikat (Y), hasil pengujian masing-masing faktor dengan tingkat kepercayaan α sebesar 0,05 dan dengan derajat bebas (df)= $n-k-1=70-6-1=63$, (n adalah jumlah kasus, k adalah jumlah variabel independen), maka berdasarkan lampiran 12 diperoleh t tabel sebesar 1,998. Untuk melihat besarnya dominansi yang dihasilkan dapat dilihat pada lampiran 7 pada *coefficients* tabel *standarized coefficients* (Beta) yang merupakan suatu koefisien yang sudah distandarisasi.

a) Uji pengaruh X₁ Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan:

H₀ : Percaya diri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

H_a : Percaya diri berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

Variabel X₁ (percaya diri) menunjukkan tingkat t hitung (5,053) lebih besar dari pada t tabel (1,998) sehingga Ho ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara X₁

(percaya diri) dengan pengembangan karir distributor (Y). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial percaya diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya dominansi oleh X_1 adalah 0,424 yang ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta).

b) Uji pengaruh X_2 Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan:

H_0 : Orientasi tugas dan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

H_a : Orientasi tugas dan hasil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

Variabel X_2 (orientasi tugas dan hasil) menunjukkan tingkat t hitung (3,027) lebih besar dari pada t tabel (1,998) sehingga H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara X_2 (orientasi tugas dan hasil) dengan pengembangan karir distributor (Y). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial orientasi tugas dan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya dominansi oleh X_2 adalah 0,272 yang ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta).

c) Uji pengaruh X_3 Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan:

H_0 : Pengambilan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

H_a : Pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilamed* di Bandar Lampung.

Variabel X_3 (pengambilan resiko) menunjukkan tingkat t hitung (1,340) lebih kecil dari pada t tabel (1,998) sehingga H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara X_3 (pengambilan resiko) dengan pengembangan karir distributor (Y). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengambilan resiko berpengaruh positif terhadap pengembangan karir distributor, tetapi tidak signifikan. Besarnya dominansi oleh X_3 adalah 0,111 yang ditunjukkan oleh nilai *standarized coefficients* (Beta).

d) Uji pengaruh X_4 Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan:

H_0 : Kepmeimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

H_a : Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

Variabel X_4 (kepemimpinan) menunjukkan tingkat t hitung (2,809) lebih besar dari pada t tabel (1,998) sehingga H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara X_4 (kepemimpinan) dengan pengembangan karir distributor (Y). Dapat disimpulkan bahwa

secara parsial kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya dominansi oleh X_4 adalah 0,222 yang ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta).

e) Uji pengaruh X_5 Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan:

H_0 : Orisinil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

H_a : Orisinil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Orilame* di Bandar Lampung.

Variabel X_5 (orisinil) menunjukkan tingkat t hitung (2,467) lebih besar dari pada t tabel (1,998) sehingga H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara X_5 (orisinil) dengan pengembangan kari distributor (Y). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial orisinil berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya dominansi oleh X_5 adalah 0,216 yang ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta).

f) Uji pengaruh X_6 Terhadap Y

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan memasukkan nilai hasil perhitungan regresi linier berganda ke dalam uji t. Hipotesis yang ditawarkan :

H_0 : Orientasi masa depan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung.

H_a : Orientasi masa depan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM *Oriflamed* Bandar Lampung.

Variabel X_6 (orientasi masa depan) menunjukkan tingkat t hitung (2,184) lebih besar dari pada t tabel (1,998) sehingga H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara X_6 (orientasi masa depan) dengan pengembangan karir (Y). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial sarana fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya dominansi oleh X_6 adalah 0,202 yang ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta).

6. Pembahasan

a. Pengaruh Percaya Diri Terhadap Pengembangan Karir

Hasil perhitungan hipotesis melalui uji t diperoleh t hitung untuk variabel percaya diri sebesar 5,053 dimana t hitung lebih besar dari t tabel ($5,053 > 1,998$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka mengindikasikan bahwa secara parsial variabel percaya diri berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,424. Koefisien regresi variabel percaya diri (X_1) sebesar 0,193, artinya setiap variabel percaya diri mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,193.

Dalam usaha pengembangan karirnya, distributor memiliki rasa percaya diri yang akan dijadikan dasar perilaku. Berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas distributor setuju terhadap ketiga item pernyataan untuk variabel percaya diri dengan rata-rata jawaban responden setuju dan persentase sebesar 47.1 %. Rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebesar 40.0 % dan ragu-ragu sebesar 12.9 %. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa rata-rata distributor setuju bahwa bahwa dalam usaha yang dilakukan atas dasar keyakinan, menyelesaikan masalah tidak harus selalu menunggu bantuan dari orang lain, dan dalam melakukan usaha memiliki rasa optimis akan keberhasilan dari usaha yang dilakukan. Kondisi ini didukung oleh Wirasasmita (1994: 2) yang menyatakan kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian dan kemampuan sendiri. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, relatif lebih mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah sendiri tanpa menunggu bantuan orang lain. Kunci keberhasilan adalah untuk memahami diri sendiri. Dan dalam penelitian Anshori (2003) dijelaskan dalam variable kreatif melihat bagaimana seorang distributor melakukan kemampuan dengan lebih baik (*thinks better*). Sikap distributor yang selalu optimis dan “bisa melakukan” (percaya diri) penting untuk memacu kreatifitas dan strategi pelaksanaan serta untuk menanamkan kepercayaan dari orang lain terhadap kompetensinya. Keyakinan yang dimiliki distributor MLM lebih disebabkan oleh pengendalian internal, bukan oleh faktor- faktor dari luar, seperti nasib atau kebetulan pekerjaan yang menyangkut masalah kewirausahaan.

Dalam kegiatannya MLM sendiri tidak luput dari aktivitas memimpin, menjual dan mempersentasikan. Ketiga hal tersebut membutuhkan komunikasi verbal atau berbicara. Hasil akhir dari semua aktivitas itu akan sangat ditentukan oleh kualitas bicara. Sebelum sampai kepersoalan teknis, seperti struktur bicara, intonasi gaya bahasa atau bahkan pilihan kata dan kalimat, aspek mendasar dari kualitas bicara adalah tingkat percaya diri saat melakukannya. Dengan berbicara dengan penuh percaya diri distributor dapat mempengaruhi, menjual atau mengajak orang lain untuk ikut bergabung menjadi distributor. Hal ini menunjukkan bahwa percaya diri mempengaruhi pengembangan karir distributor.

b. Pengaruh Orientasi Tugas dan Hasil Terhadap Pengembangan Karir

Variabel orientasi tugas dan hasil dari perhitungan secara parsial atau uji t di peroleh t hitung lebih besar daripada t tabel ($3,027 > 1,998$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka membuktikan secara parsial variabel orientasi tugas dan hasil berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,272. Koefisien regresi variabel orientasi tugas dan hasil (X_2) sebesar 0.088, artinya setiap variabel orientasi tugas dan hasil mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.088.

Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa responden memberikan jawaban untuk keenam item pernyataan mengenai variabel orientasi tugas dan hasil, responden memiliki rata-rata jawaban responden setuju sebesar 65.7 % dan rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebesar 34.3 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya, dengan berpikir tenang terhadap suatu masalah, dan tidak memandang segala sesuatu hal dari sudut pandang diri sendiri, serta berpandangan bahwasannya peningkatan karir diperoleh dari kerja keras, dorongan/ ambisi yang kuat untuk berhasil dan memiliki ide-ide baru dalam peningkatan karir. Mayoritas responden menjadi distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung berada pada kisaran usia 20-30 tahun, yaitu sebesar 44 orang dengan persentase sebesar 62.8 %. Kemudian distributor usia 31-40 tahun dengan persentase sebesar 12.9%. Dua kelompok usia ini merupakan usia produktif, terdiri dari para mahasiswa, karyawan, pengusaha dan ibu rumah tangga yang berusia relatif muda yang diindikasikan memiliki tingkat pemikiran yang relatif mampu menganalisis, menilai dan mengambil sikap yang tepat dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan selanjutnya. Orientasi tugas dan hasil sebagai kekuatan dalam mencapai tujuan atau memandang sesuatu yang akan dijalani bertujuan baik atau positif bagi

pribadi maupun orang lain. Dengan demikian dorongan seseorang distributor untuk pengembangan karir, salah satunya adalah faktor orientasi tugas dan hasil. Suryana (2003: 21) mengatakan seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif (selalu ingin mencari dan memulai sesuatu).

c. Pengaruh Pengambilan Resiko Terhadap Pengembangan Karir

Variabel pengambilan resiko menurut hasil perhitungan diperoleh nilai uji t sebesar 1,005 dan memiliki t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,340 < 1,998$). Maka membuktikan secara parsial variabel pengambilan resiko tidak berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,111. Koefisien regresi variabel orientasi tugas dan hasil (X_3) sebesar 0.053, artinya setiap variabel pengambilan resiko mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.053.

Berdasarkan rata-rata jawaban responden, mereka rata-rata setuju dan ragu-ragu terhadap pernyataan bahwa dalam mengambil keputusan harus selalu memperhitungkan resiko, sehingga siap dengan resiko dari keputusan yang diambil dan bersedia menghadapi tantangan untuk keberhasilan yang diinginkan. Dari hasil frekuensi data didapatkan bahwa rata-rata responden yang menyatakan ragu-ragu sebesar 24.3%, dan setuju 60%. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua distributor MLM *Oriflame* tidak dipengaruhi oleh pengambilan resiko. Kondisi ini tidak mendukung teori Suryana bahwa kemauan dan kemampuan mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Mungkin karena risiko MLM itu sendiri lebih sedikit dibandingkan bisnis lain, hal ini dikarenakan modal awal yang tidak memerlukan biaya tinggi (rendahnya biaya pendaftaran

pada perusahaan MLM), masa depan ditentukan oleh distributor itu sendiri, tidak ada resiko kredit macet, jam kerja bebas, dapat mencapai impian lebih awal. Sehingga dengan kata lain individu tidak rugi karena modalnya tidak besar.

d. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Pengembangan Karir

Variabel kepemimpinan menurut hasil perhitungan diperoleh nilai uji t sebesar 2,089 dan memiliki t hitung lebih besar dari t tabel ($2,089 < 1,998$). Maka membuktikan secara parsial variabel kepemimpinan berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,222. Koefisien regresi variabel kepemimpinan (X_4) sebesar 0.107, artinya setiap variabel kepemimpinan mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.107.

Untuk ketiga item pernyataan variabel kepemimpinan memiliki rata-rata jawaban responden setuju sebesar 70,0 %. Rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebesar 18,6 %, dan ragu-ragu sebesar 11,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa dalam peningkatan karir dalam MLM harus mampu mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan, mampu bergaul/ berinteraksi dengan orang lain, serta berusaha dengan baik dalam menanggapi kritik yang disampaikan orang lain. Karena, untuk menjadi pemasar produk dan pembentuk jaringan yang sukses, seorang distributor harus diterima oleh pihak mana pun yang ingin ditemuinya. Kondisi ini didukung teori Suryana (2003: 23) bahwa seorang *entrepreneur* selalu dapat menyesuaikan diri dengan organisasi yang dipimpinnya, berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahan, dan bersifat responsif terhadap masalah-masalah yang dihadapi.

Kepemimpinan dalam MLM termasuk gaya kepemimpinan demokratis, seperti 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. *Up line* tidak akan memarahi kalau distributor tidak dapat memenuhi target tersebut, dan tak seorangpun yang dirugikan, melainkan yang dirugikan adalah dirinya sendiri. Namun *up line* dapat 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. Gaya kepemimpinan demokratis itu sendiri adalah kemampuan mempengaruhi orang lain agar bersedia bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara berbagai kegiatan yang akan dilakukan ditentukan bersama antara pimpinan dan bawahan. Gaya ini kadang-kadang disebut juga gaya kepemimpinan yang terpusat pada anak buah, kepemimpinan dengan kesederajatan, kepemimpinan konsultatif atau partisipatif. Pemimpin berkonsultasi dengan anak buah untuk merumuskan tindakan keputusan bersama.

e. Pengaruh Orisinil Terhadap Pengembangan Karir

Variabel orisinil menurut hasil perhitungan diperoleh nilai uji t sebesar 2,467 dan memiliki t hitung lebih besar dari t tabel ($2,467 < 1,998$). Maka membuktikan secara parsial variabel Orisinil berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Besarnya pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,216. Koefisien regresi variabel orisinil (X_5) sebesar 0.102, artinya setiap variabel orisinil mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.102.

Untuk variabel orisinil memiliki rata-rata jawaban responden setuju sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 62.9 %. Rata-rata responden yang menjawab sangat setuju

sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 15.7 % dan ragu-ragu sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 21.4 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwa untuk usaha yang dilakukan dalam pengembangan karir suka menciptakan sesuatu yang baru, harus memiliki banyak pengetahuan dan pengalaman, serta memiliki banyak kenalan orang berhasil dalam sektor kehidupan.

Hal ini didukung oleh penelitian Anshori (2003) melalui uji parsial yang menyatakan bahwa variabel kreatif berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor MLM di Malang. Dan kaitannya dengan variabel orisinil, yakni dimana dalam variabel orisinil terdapat indikator kreatif. Juga dalam penelitian Anshori (2003) menegaskan bahwa salah satu unsur dari keberhasilan seorang pengusaha (wirausaha) MLM adalah kemampuan bersosialisasi dalam pergaulan. Seorang distributor dapat belajar cara –cara mensponsori dan menjual produk yang sesuai dengan dirinya melalui pergaulan dengan para distributor lain yang berhasil. Selain pengetahuan meningkat seorang distributor dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan berani dalam meningkatkan nilai tambah pada kepercayaan dirinya, dan inilah yang diperlukan seorang distributor MLM untuk mengaktualisasikan potensinya dengan optimal. Dan teori Alma (2004: 41) yang menyatakan bahwa orisinil tidak berarti baru sama sekali, tapi hal tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

f. Pengaruh Orientasi Masa Depan Terhadap Pengembangan Karir

Variabel orientasi masa depan menurut hasil perhitungan diperoleh nilai uji t sebesar 2,184 dan memiliki t hitung lebih besar dari t tabel ($2,184 < 1,998$). Maka membuktikan secara parsial variabel orientasi masa depan berpengaruh terhadap pengembangan karir distributor. Koefisien regresi variabel orientasi masa depan (X_6) sebesar 0.162, artinya setiap variabel

orisinil mengalami kenaikan 1 nilai, maka pengembangan karir (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.162.

Untuk kedua item pernyataan variabel orientasi masa depan memiliki rata-rata jawaban responden setuju sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar 35.7% dan rata-rata responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar 64.3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata distributor setuju bahwasannya aktivitas yang dilakukan berguna untuk dikemudian hari dan mengerti apa yang dilakukan untuk mencapai keinginan. Kondisi ini didukung teori Alma (2004: 23) yang menyatakan wirausaha harus perseptif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai. Karena sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

g. Pengaruh Percaya Diri, Orientasi Tugas dan Hasil, Pengambilan Resiko, Kepemimpinan, Orisinil, dan Orientasi Masa Depan Terhadap Pengembangan Karir

Hasil uji hipotesis secara simultan (bersama-sama) diperoleh F hitung lebih besar daripada F tabel, maka membuktikan keenam variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keenam variabel independen saling berhubungan dan merupakan kesatuan yang saling mendukung satu dengan yang lain untuk mempengaruhi pengembangan karir individu. Untuk melihat besarnya dominansi yang dihasilkan masing-masing variabel dapat dilihat pada lampiran 7 pada *coefficients* tabel *standarized coefficients* (Beta) yang merupakan suatu koefisien yang

sudah distandarisasi. Besarnya pengaruh dominansi variabel percaya diri adalah sebesar 0,424 disusul oleh variabel orientasi tugas dan hasil sebesar 0,2720 serta variabel kepemimpinan sebesar 0,222 dan variabel orisinil sebesar 0,216 lalu pada variabel orientasi masa depan berpengaruh sebesar 0,202. Sedangkan sisanya pada variabel pengambilan resiko sebesar 0,111. Berdasarkan data tersebut maka variabel percaya diri berpengaruh paling dominan terhadap pengembangan karir individu. Hal ini dikarenakan dalam MLM tidak luput dari aktivitas memimpin, menjual dan mempersentasikan. Ketiga hal tersebut membutuhkan komunikasi verbal atau berbicara. Hasil akhir dari semua aktivitas itu akan sangat ditentukan oleh kualitas bicara. Sebelum sampai kepersoalan teknis, seperti struktur bicara, intonasi gaya bahasa atau bahkan pilihan kata dan kalimat, aspek mendasar dari kualitas bicara adalah tingkat percaya diri saat melakukannya. Dengan berbicara dengan penuh percaya diri distributor dapat mempengaruhi, menjual atau mengajak orang lain untuk ikut bergabung menjadi distributor. Koefisien korelasi sebesar 0,797, angka ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara pengembangan karir individu dengan keenam variabel independennya (percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan) adalah kuat. Sebesar 63,5 % variasi variabel independen yang digunakan percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan mampu menjelaskan variasi pengembangan karir individu. Sedangkan sisanya sebesar 36.5 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dari keenam variabel yang penulis gunakan diatas yaitu percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan hanya lima variabel yang berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir distributor, yaitu variabel percaya diri, orientasi tugas dan hasil, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi

masa depan. Sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel pengambilan resiko. Hal ini juga dikarenakan subjek penelitian, yaitu *Multi Level Marketing* (MLM), dimana 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. Risiko MLM itu sendiri lebih sedikit dibandingkan bisnis lain, hal ini dikarenakan modal awal yang tidak memerlukan biaya tinggi (rendahnya biaya pendaftaran pada perusahaan MLM). Dengan kata lain individu tidak rugi karena modalnya tidak besar. Sehingga individu tidak terlalu memperhatikan pengambilan resiko yang ada pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Variabel pengambilan resiko tersebut tidak signifikan berpengaruh terhadap pengembangan karir individu, namun distributor tetap mengalami pengembangan karir dalam MLM *Oriflame* di Bandar Lampung dan variabel percaya diri yang memiliki pengaruh paling dominan disusul oleh variabel orientasi tugas dan hasil kemudian variabel kepemimpinan, lalu variabel orisinil dan variabel orientasi masa depan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Aprilani (2004) dengan judul skripsi "Pengaruh Jiwa Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah)". Berdasarkan hasil penelitian, secara kuantitatif dengan derajat kepercayaan sebesar 95%, pertama dengan menggunakan analisis korelasi diperoleh sebesar 0,318 dan koefisien determinasi diperoleh sebesar 10.1% (hubungan sangat kecil sebesar 10.1%). Kedua, uji hipotesis dan t hitung sebesar 1.710 dan t tabel ditetapkan sebesar 2.048, sehingga H_0 diterima ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$), berarti tidak ada hubungan antara jiwa wirausaha dengan keberhasilan usaha. Ketiga, analisis regresi diperoleh koefisien pertama sebesar 0.523 dan koefisien kedua sebesar 1.773 sehingga t tabel ditetapkan sebesar 2.403. maka H_0 diterima ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$), besar konstanta tidak berpengaruh. Sedangkan persamaan regresinya

diperoleh $y = 2.39 + 0.123$ (berarti tingkat pengaruhnya kecil sekali). Sedangkan berdasarkan analisis kualitatif dengan melihat sebaran kuisioner diperoleh bahwa, untuk sebaran item jiwa wirausaha menunjukkan persentase yang tinggi (jiwa wirausaha responden dominan) akan tetapi untuk sebaran item keberhasilan usaha menunjukkan presentase yang rendah. Hal demikian berarti keberhasilan usaha sektor UKM tidak dipengaruhi oleh jiwa wirausaha.

Pada penelitian Aprilani (2004) hanya satu variabel yaitu jiwa wirausaha. Sedangkan penelitian ini menggunakan enam variabel, yang masing-masing variabel adalah subvariabel dari jiwa wirausaha, namun dijadikan variabel dengan tujuan agar lebih spesifik yaitu percaya diri, orientasi tugas dan hasil, kepemimpinan, orisinal, dan orientasi masa depan. Pada penelitian ini subyek penelitiannya adalah distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung sedangkan subyek penelitian sebelumnya yaitu pelaku UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Sehingga terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya. Namun berdasarkan analisis kualitatif terdapat persamaan dengan penelitian Aprilani (2004) dengan melihat sebaran kuisioner diperoleh bahwa untuk sebaran item jiwa wirausaha yang menunjukkan persentase yang tinggi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh jiwa wirausaha terhadap pengembangan karir individu distributor *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame di Bandar Lampung, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Percaya diri (X_1), Orientasi tugas dan hasil (X_2), Kepemimpinan (X_4), Orisinil (X_5), dan Orientasi tugas dan hasil (X_6) masing-masing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu distributor *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel sehingga H_0 ditolak dan menerima H_a . Pengambilan resiko (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu distributor *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal itu dikarenakan tidak semua distributor konsumen *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame dipengaruhi oleh variabel pengambilan resiko. Distributor mungkin kurang memperhatikan pengambilan resiko, mereka dalam menjalankan bisnis ini yakin akan kemampuan dirinya sendiri dan memfokuskan pada target yang dingin dicapai.
2. Percaya diri (X_1), Orientasi tugas dan hasil (X_2), Pengambilan resiko (X_3), Kepemimpinan (X_4), Orisinil (X_5), dan Orientasi tugas dan hasil (X_6) secara simultan

(bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir individu distributor *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Besarnya pengaruh dominansi variabel secara berturut turut adalah variabel percaya diri sebesar 0,424 disusul oleh variabel orientasi tugas dan hasil sebesar 0,272, lalu variabel kepemimpinan sebesar 0,222 serta variabel orisinil sebesar 0,216 dan variabel orientasi masa depan berpengaruh sebesar 0,202. Sedangkan pada variabel pengambilan resiko sebesar 0,111. Berdasarkan data tersebut maka variabel percaya diri berpengaruh paling dominan terhadap pengembangan karir individu distributor MLM *Oriflame* di Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan dalam MLM tidak luput dari aktivitas memimpin, menjual dan mempersentasikan. Ketiga hal tersebut membutuhkan komunikasi verbal atau berbicara. Hasil akhir dari semua aktivitas itu akan sangat ditentukan oleh kualitas bicara. Sebelum sampai kepersoalan teknis, seperti struktur bicara, intonasi gaya bahasa atau bahkan pilihan kata dan kalimat, aspek mendasar dari kualitas bicara adalah tingkat percaya diri saat melakukannya.

B. Saran

Beberapa saran dan pertimbangan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengambil satu subjek penelitian yaitu hanya pada distributor *Multi level Marketing* (MLM) Oriflame di Bandar Lampung, tidak pada keseluruhan *Multi level Marketing* (MLM) yang ada di Bandar Lampung. Sehingga akan ditemui hal yang lebih mendalam dan spesifik karena beberapa faktor, Pertama perbedaan

perusahaan MLM yang satu dengan lain agar dapat dianalisis secara menyeluruh. Kedua, perbedaan peringkat/level dan *reward* yang diperoleh. Ketiga, profesi sehari-hari (*job day*) subyek. Kelima, *part time* distributor dengan *full time* distributor agar dapat ditemukan lebih banyak lagi informasi bagi pengusaha MLM, calon pengusaha MLM, ataupun pengusaha lainnya untuk mengambil pengertian positif dari karir sebagai distributor. Sebaiknya dalam penelitian-penelitian berikutnya, perlu diperluas subjek penelitiannya, seperti meneliti dengan subjek seluruh *Multi level Marketing* (MLM) yang ada di Bandar Lampung, atau responden yang terlibat lebih besar dan spesifik dalam perolehan data distributor, misalnya mencakup data jumlah distributor yang menduduki peringkat/level tertentu.

2. Penelitian ini dapat dilanjutkan dan dikembangkan dengan mengukur faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengembangan karir individu distributor *Multi level Marketing* (MLM) diluar dari pengaruh percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan, misalnya lebih fokus pada orientasi tugas dan hasil saja.
3. Berdasarkan hasil dominansi pada penelitian ini, jika memilih berbisnis sebagai distributor MLM anda harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi, karena dalam MLM tidak luput dari komunikasi verbal atau berbicara. Aspek mendasar dari kualitas bicara adalah tingkat percaya diri saat melakukannya. Lalu harus berorientasi tugas dan hasil, karena dengan hal tersebut anda akan mempunyai perencanaan yang matang akan sasaran yang anda tuju yang akan mengantarkan kepada sukses masa depan. Selanjutnya kepemimpinan, dalam hal ini yakni kemampuan untuk mencapai hasil melalui kerjasama dengan orang lain.

4. Level/jenjang karir mayoritas distributor MLM Oriflame masih berada pada posisi yang terbilang rendah, tetapi dari hasil kuesioner menunjukkan mereka memiliki jiwa wirausaha yang tinggi. Sebaiknya MLM Oriflame sendiri dalam hal pelatihan di bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan lebih rutin lagi diadakan. Supaya semangat para distributor selalu tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Kewirausahaan*. CV. Alfabeta. Bandung
- Anshori, Isa Muhaammad. 2003. *Pengaruh Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu*. Tesis Universitas Airlangga. Surabaya. <http://www.damandiri.or.id/>
- Aprilani, Deddy. 2004. *Pengaruh Jiwa Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha*. Skripsi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- BPS, 2008. *Survey Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)*. Jakarta.
- Clothier, Peter J. 1996. *Meraup Uang Dengan Multi-Level Marketing "Pedoman Praktis Menuju Network Selling Yang Sukses"*. Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Dalil, Soendoro. 2002. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Amara Book, Yogyakarta
- Durbin, Andrew J. & R. Duane Ireland. 1993. *Management and Organization*. Second Edition, Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing, Co.
- Ekaningrum Indri F. 2002. *The Boundaryless Career Pada Abad ke -21*, Jurnal Visi (Kajian Ekonomi manajemen dan Akuntansi), Vol.IX. No.1 Februari 2002, FE Unika Soegijapranata Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Glueck, Greer, C.G. 1997. *Strategy and Human Resources a General Managerial Perspective*, NJ: Prentice Hall, Englewood Clifft
- Gujarati, D. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Harefa, Andrias. 1998 a. *Sukses Tanpa Gelar*. Penerbit Gramedia, Jakarta
- Harefa, Andrias. 1998 b. *Menerobos badai Krisis*. Penerbit Gramedia, Jakarta
- Harefa, Andrias. 1999. *Multi Level Marketing, "Alternatif Karir dan Usaha"*. Penerbit Gramedia, Jakarta
- Hisrich, R.D, Peters, M.P, & Shepeherd, D.A. 2008. *Kewirausahaan (7 th ed)*. (Chirswan Sungkono & Dian Angelica, Trans). Salemba Empat. Jakarta
- Indriantoro dan Supomo, Bambang. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. BPFE, Yogyakarta

- Iwut, Iwan. 2009. *Pengantar Manajemen Kewirausahaan*.
http://www.itelkom.ac.id/staf/iww/media/01_%20Pendahuluan%20Manajemen%20dan%20Kewirausahaan.pdf
- Kerlinger, F.N. 1992. *Foundation of Behavior Research (azas-azas Penelitian Behavioral)*. Yogyakarta : Gadjah mada University Press,
- Kotler, Philip. 1990. *Manajemen Pemasaran “ Analisis, Perencanaan dan Pengendalian”* Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Meredith, Geoffrey.G. 1996 *Kewirausahaan; Teori dan Praktek*. Jakarta. PT. Pustaka Binaman Pressindo. (Terjemahan)
- Mondy, W. R dan Robert M. Noe. 1993. *Human Resouces Management*. Allyn & Bacon.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nurgiyantoro dan Bambang. Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta
- Oriflame Branch North Jakarta. 2009. *Jenjang Karir*.
http://www.networkedblogs.com/blog/oriflame_branch_north_jakarta/
- Pambudi. 2009. *Intensi Usaha*. <http://pambudi.staf.portalump.net/2009/06/18/15/>
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS; Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. MediaKom. Yogyakarta.
- Propbiyang. 2008. *Perbedaan MLM dengan Pemasaran Konvensional*.
http://propbiyang.files.wordpress.com/2008/02/jalur_produk.png
- Rachbini, D.J. 2001. *Pengembangan Ekonomi & Sumber Daya Manusia*, Penerbit Grasindo , Jakarta.
- Robinson, James, W (1997) *Empire of Freedom*, Jakarta : Binarupa Aksara
- Santoso, Singgih. 2000. *Menguasai Statistik Diera Informasi dengan SPSS 15*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Schermerhorn. 1996. *Management*, John Wiley & Sons, New York, Fifth edition
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business, A Skill Building Approach, Fourth Edition*, John Willey & Sons, Inc
- Simamora Henry. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta

- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi. 1997. *Metode Penelitian dan Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Sugiyono. 2003. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sukardi, Dewa Ketut. 1999. *Analisis Inventori Minat dan Kepribadian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sukmadi, Hidayana, Iman, Sulistyono, Parlan. 2008. *Pengantar Kewirausahaan, Menjadi Wirausahaan Andal, Teori dan Aplikasi Usaha*. Penerbit Humaniora. Bandung.
- Sumitro, Nana. 2001. *Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia dari perspektif PIO*, Penerbit PIO Fakultas Psikologi UI, Depok
- Supranto. 2003 *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Susanto, 2006. *Intrapreneurship*. <http://www.jakartaconsulting.com/art-13-14.htm>
- Tamburaka, Astan Jaya. 2008. *Intrapreneurship*. <http://pongawamiu.blogspot.com/2008/10/intrapreneurship.html>
- Umar, H. 2002. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- UNILA. 2009. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung*. Universitas Lampung.
- Warta Ekonomi. *10 Profesi Termahal di Indonesia*. Edisi 23 Maret 2008.
- Wijandi, Soesarsono. 1988. *Pengantar Kewiraswastaan*. Penerbit Sinar Baru. Bandung
- Wikipedia bahasa Indonesia. 2010. *ensiklopedia bebas*. Retrieved 24 Januari 2010
- Wirasasmita, Yuyun. 1994. *Kewirausahaan. Pusat pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. IKOPIN. Bandung
- WordPerss. 2008. *Bisnis Oriflame Indonesia*. <http://oriflameindo.webs.com/oriflameprofile.htm>
- Yantie. 2009. *Sukses Bersama Oriflame*. <http://redbeautyteam.blogspot.com/2009/02/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuisisioner)

**DAFTAR PERNYATAAN MENGENAI PENGARUH JIWA WIRAUSAHA
TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR INDIVIDU PADA DISTRIBUTOR MLM
ORIFLAME**

Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Lama bergabung dengan Oriflame : tahun bulan

Berilah penilain sesuai dengan apa adanya terhadap pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan kepribadian Anda dengan memberikan tanda cek list (√) atau tanda silang (x) pada tabel-tabel yang tersedia.

Pernyataan-pernyataan berikut berkaitan dengan percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, orientasi masa depan. Berikan opini anda dengan cara memberi tanda (√) yang dianggap paling tepat dengan menggunakan skala sebagai berikut :

Keterangan Pilihan Jawaban:

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Ragu-Ragu (RG)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

A. Pernyataan mengenai Percaya Diri

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya selalu memiliki keyakinan akan usaha yang dilakukan.					
2.	Saya mampu menyelesaikan masalah sendiri tanpa selalu menunggu bantuan orang lain.					
3.	Saya memiliki rasa optimis akan keberhasilan dari usaha yang dilakukan.					

B. Pernyataan mengenai Berorientasi pada Tugas dan Hasil

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
4.	Saya selalu berusaha untuk melakukan segala sesuatu dengan baik sehingga prestasi yang diharapkan berhasil.					
5.	Saya tidak memandang sesuatu hal dari sudut pandang diri sendiri.					
6.	Saya didalam melakukan segala sesuatu usaha dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh.					
7.	Saya berpandangan bahwasannya peningkatan karir hanya diperoleh dari kerja keras.					
8.	Saya mempunyai dorongan yang kuat (ambisi) untuk berhasil.					
9.	Saya selalu mempunyai ide-ide baru yang dapat mendorong peningkatan karir.					

C. Pertanyaan mengenai Pengambilan Resiko

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
10.	Saya dalam mengambil keputusan selalu memperhitungkan resiko					
11.	Saya siap dengan resiko dari keputusan yang diambil.					
12.	Saya bersedia menghadapi tantangan untuk keberhasilan yang saya inginkan.					

D. Pernyataan mengenai Kepemimpinan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
13.	Saya selalu mampu mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai dengan yang saya inginkan.					
14.	Saya mudah bergaul /berinteraksi dengan orang lain.					
15.	Saya berusaha untuk menanggapi kritik yang disampaikan orang lain dengan baik.					

E. Pernyataan mengenai keorisinilan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
16.	Saya suka menciptakan sesuatu yang baru untuk usaha yang dilakukan.					
17.	Saya suka mencari informasi dengan membaca, bertanya pada orang yang memiliki banyak pengetahuan dan pengalaman					
18.	Saya memiliki banyak kenalan orang yang berhasil dalam berbagai sektor kehidupan.					

F. Pernyataan mengenai Berorientasi pada Hasil

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
19.	Saya berpandangan bahwasannya aktivitas (pekerjaan) yang sekarang dilakukan berguna untuk dikemudian hari.					
20.	Saya mengerti apa yang akan dilakukan untuk mencapai keinginan.					

Untuk pernyataan pengembangan karir dibawah ini berilah penilaian sesuai dengan apa adanya dengan memberikan tanda chek list (√) atau tanda silang (x) pada pilihan (a. b, c, d atau e) yang tersedia dengan skala sebagai berikut :

Pilihan A diberi skor 5

Pilihan D diberi skor 2

Pilihan B diberi skor 4

Pilihan E diberi skor 1

Pilihan C diberi skor 3

G. Pernyataan mengenai Pengembangan Karir

21. Posisi level tertinggi yang sudah saya capai dalam *Oriflame*.

- a. > 5x21%
- b. 21%
- c. 12%- 18%
- d. 3% - 9%
- e. 0 %

22. Kurun waktu dalam mencapai posisi level diatas (dari level sebelumnya yang pernah dicapai).

- a. < 3 bulan
- b. 4 – 6 bulan
- c. 7 – 9 bulan
- d. 10 – 12 bulan
- e. > 12 bulan

Terimakasih atas kelapangan waktu yang telah Anda berikan dan kejujuran Anda dalam menjawab pernyataan dalam kuesioner ini

Lampiran 2
Entri Coding

No.	x1			to	ra	x2						to	ra	x3			to	ra	x4			to	ra	x5	
	Resp	1	2	3	tal	ta	1	2	3	4	5	6	tal	ta	1	2	3	tal	ta	1	2	3	tal	ta	1
1	4	4	4	12	4	5	4	3	3	4	4	23	4	5	4	4	13	4	4	4	4	12	4	4	4
2	4	4	5	13	4	4	4	3	4	4	3	22	4	5	3	3	11	4	3	2	4	9	3	3	3
3	4	4	5	13	4	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	3	11	4	4	4	4	12	4	4	3
4	3	3	4	10	3	5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	5	14	5	3	3	5	11	4	3	3
5	5	4	5	14	5	4	5	5	3	5	4	26	4	4	5	4	13	4	4	5	5	14	5	4	3
6	5	4	4	13	4	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	14	5	4	4	4	12	4	4	5
7	5	4	5	14	5	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	3	4
8	5	4	5	14	5	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5	4	4
9	5	4	4	13	4	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	12	4	4	5	5	14	5	4	5
10	4	4	4	12	4	5	5	4	2	4	4	24	4	4	3	3	10	3	4	3	4	11	4	3	3
11	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	10	3	3	4	4	11	4	4	4
12	5	4	5	14	5	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	4	13	4	4	4	4	12	4	4	4
13	4	4	4	12	4	5	5	4	3	4	3	24	4	4	4	5	13	4	3	4	3	10	3	4	3
14	4	4	4	12	4	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	12	4	3	5	4	12	4	4	4
15	5	4	4	13	4	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	12	4	3	5	4	12	4	3	3
16	5	4	5	14	5	5	5	4	3	4	3	24	4	3	4	4	11	4	4	4	4	12	4	3	4
17	5	4	4	13	4	5	5	3	4	5	4	26	4	4	3	4	11	4	4	4	5	13	4	4	5
18	4	4	4	12	4	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	4	13	4	3	3	4	10	3	4	4
19	5	4	4	13	4	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	4	14	5	3	4	4	11	4	5	4
20	5	5	5	15	5	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5	4	4
21	3	3	3	9	3	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	4	13	4	4	4	4	12	4	4	4
22	5	5	5	15	5	5	5	4	3	5	4	26	4	4	3	4	11	4	5	5	4	14	5	4	5
23	4	4	4	12	4	5	5	4	3	5	4	26	4	4	5	5	14	5	4	4	4	12	4	4	4
24	4	3	3	10	3	5	5	4	3	5	4	26	4	5	5	5	15	5	4	4	5	13	4	4	5
25	5	4	5	14	5	4	4	5	4	3	4	24	4	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	3	4
26	4	3	4	11	4	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	5	14	5	4	3	4	11	4	3	5
27	4	4	5	13	4	5	5	5	4	5	4	28	5	4	4	5	13	4	4	5	3	12	4	4	4
28	4	3	3	10	3	4	5	4	3	5	3	24	4	4	3	4	11	4	5	4	4	13	4	4	4
29	5	5	5	15	5	4	5	5	3	5	4	26	4	5	4	4	13	4	4	5	4	13	4	5	4
30	5	4	5	14	5	4	5	4	3	4	3	23	4	3	4	4	11	4	4	4	5	13	4	3	4
31	5	4	5	14	5	5	4	4	4	5	4	26	4	5	3	3	11	4	3	4	4	11	4	3	3
32	4	5	5	14	5	4	5	5	3	5	4	26	4	4	3	3	10	3	4	4	4	12	4	4	3
33	4	3	3	10	3	4	4	4	3	4	5	24	4	4	4	3	11	4	3	5	2	10	3	4	4
34	5	5	4	14	5	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	14	5	4	5	5	14	5	4	5
35	5	5	5	15	5	5	5	5	4	5	5	29	5	4	3	3	10	3	1	5	5	11	4	3	4
36	5	4	4	13	4	5	4	4	4	4	4	25	4	4	3	3	10	3	4	5	4	13	4	4	4

37	5	4	5	14	5	5	5	5	5	5	4	29	5	4	3	3	10	3	4	4	3	11	4	4	5
38	4	3	4	11	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4
39	4	4	5	13	4	4	5	5	3	5	2	24	4	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	3	4
40	5	4	5	14	5	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	12	4	3	4	4	11	4	4	5
41	3	3	4	10	3	5	5	4	4	5	4	27	5	5	4	4	13	4	4	3	4	11	4	4	5
42	5	4	5	14	5	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	13	4	3	4	4	11	4	3	4
43	5	4	4	13	4	4	5	5	3	5	4	26	4	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4
44	5	4	5	14	5	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	4	12	4	3	4	3	10	3	4	5
45	5	4	5	14	5	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	2	11	4	3	5	4	12	4	3	3
46	5	4	4	13	4	5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	4	11	4	3	5	4	12	4	4	4
47	4	4	4	12	4	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	13	4	4	4	4	12	4	4	4
48	5	4	4	13	4	5	5	4	2	4	4	24	4	5	5	4	14	5	4	4	5	13	4	4	3
49	5	4	5	14	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	12	4	3	3	4	10	3	4	4
50	4	4	4	12	4	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	4	13	4	3	4	4	11	4	3	3
51	4	4	4	12	4	5	5	4	3	4	3	24	4	5	4	2	11	4	5	5	5	15	5	3	4
52	5	4	4	13	4	3	4	3	4	4	4	22	4	4	3	3	10	3	4	4	4	12	4	4	5
53	5	4	5	14	5	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	3	10	3	5	5	4	14	5	4	4
54	5	4	4	13	4	5	5	4	3	4	3	24	4	5	3	5	13	4	4	4	4	12	4	5	4
55	4	4	4	12	4	5	5	3	4	5	4	26	4	5	5	4	14	5	4	4	5	13	4	4	4
56	5	4	4	13	4	5	5	5	4	5	5	29	5	4	3	3	10	3	4	4	4	12	4	4	4
57	5	5	5	15	5	4	5	5	4	5	4	27	5	4	3	3	10	3	4	3	4	11	4	4	5
58	3	3	3	9	3	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	4	13	4	4	4	4	12	4	4	4
59	5	5	5	15	5	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	4	13	4	3	2	4	9	3	4	5
60	4	4	4	12	4	5	5	4	3	5	4	26	4	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	3	4
61	4	3	3	10	3	5	5	4	3	5	4	26	4	4	4	4	12	4	3	3	5	11	4	3	5
62	5	4	5	14	5	5	5	4	3	5	4	26	4	4	3	3	10	3	4	5	5	14	5	4	4
63	4	5	5	14	5	4	4	5	4	3	4	24	4	4	3	3	10	3	4	4	4	12	4	4	4
64	4	3	3	10	3	4	4	5	4	5	4	26	4	4	3	3	10	3	5	5	5	15	5	5	4
65	5	5	4	14	5	4	5	5	3	5	4	26	4	5	5	4	14	5	5	5	5	15	5	3	4
66	5	5	5	15	5	4	5	4	3	4	3	23	4	4	3	3	10	3	4	5	5	14	5	3	3
67	5	4	4	13	4	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	3	10	3	4	3	4	11	4	4	3
68	5	4	5	14	5	4	5	5	3	5	4	26	4	4	3	3	10	3	3	4	4	11	4	4	4
69	4	3	4	11	4	4	4	4	3	4	5	24	4	4	3	3	10	3	4	4	4	12	4	4	5
70	4	4	5	13	4	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	2	11	4	3	4	3	10	3	4	5

Lampiran 3: Validitas

Correlations X1 (Percaya Diri)

Correlations

		item1	item2	item3	total
item1	Pearson Correlation	1	.625**	.526**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30
item2	Pearson Correlation	.625**	1	.668**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
item3	Pearson Correlation	.526**	.668**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.839**	.873**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Corelations X2 (Orientasi Tugas dan Hasil)

Correlations

		Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Total
Item4	Pearson Correlation	1	.383*	.106	.114	.302	.313	.561**
	Sig. (2-tailed)		.037	.576	.547	.105	.092	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item5	Pearson Correlation	.383*	1	.277	-.192	.464**	.000	.448*
	Sig. (2-tailed)	.037		.138	.310	.010	1.000	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item6	Pearson Correlation	.106	.277	1	.293	.304	.425*	.678**
	Sig. (2-tailed)							
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.576	.138		.117	.102	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item7	Pearson Correlation	.114	-.192	.293	1	.170	.470**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.547	.310	.117		.369	.009	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item8	Pearson Correlation	.302	.464**	.304	.170	1	.413*	.685**
	Sig. (2-tailed)	.105	.010	.102	.369		.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Item9	Pearson Correlation	.313	.000	.425*	.470**	.413*	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.092	1.000	.019	.009	.023		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.561**	.448*	.678**	.576**	.685**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Corellations X3 (Pengambilan Resiko)

Correlations

	Item10	Item11	Item12	total	
Item10	Pearson Correlation	1	.228	.078	.597**
	Sig. (2-tailed)		.226	.684	.001
	N	30	30	30	30
Item11	Pearson Correlation	.228	1	.595**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.226		.001	.000
	N	30	30	30	30
Item12	Pearson Correlation	.078	.595**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.684	.001		.000
	N	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.597**	.842**	.752**	1

Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Corellations X4 (Kepemimpinan)

Correlations

		Item13	Item14	Item15	total
Item13	Pearson Correlation	1	.430*	.339	.801**
	Sig. (2-tailed)		.018	.067	.000
	N	30	30	30	30
Item14	Pearson Correlation	.430*	1	.162	.776**
	Sig. (2-tailed)	.018		.394	.000
	N	30	30	30	30
Item15	Pearson Correlation	.339	.162	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.067	.394		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.801**	.776**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Corellations X5 (Orisinil)

Correlations

		Item16	Item17	Item18	total
Item16	Pearson Correlation	1	.511**	.373*	.827**
	Sig. (2-tailed)		.004	.043	.000
	N	30	30	30	30
Item17	Pearson Correlation	.511**	1	.251	.739**
	Sig. (2-tailed)	.004		.181	.000

	N	30	30	30	30
Item18	Pearson Correlation	.373*	.251	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.043	.181		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.827**	.739**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

Corellations X6 (Oreintasi Masa Depan)

Correlations

		Item19	Item20	total
Item19	Pearson Correlation	1	.385*	.754**
	Sig. (2-tailed)		.036	.000
	N	30	30	30
Item20	Pearson Correlation	.385*	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.036		.000
	N	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.754**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Corellations Y (Pengembangan Karir)

Correlations

		Item21	Item22	total
Item21	Pearson Correlation	1	.503**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000
	N	30	30	30
Item22	Pearson Correlation	.503**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000

	N	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.866**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Reliability

Reliability X1 (Percaya Diri)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	3

Reliability X2 (Orientasi Tugas dan Hasil)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	6

Reliability X3 (Pengambilan Resiko)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.565	3

Reliability X4 (Kepemimpinan)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.572	3

Reliability X5 (Orisinil)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	3

Reliability X6 (Orientasi Masa Depan)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.526	2

Reliability Y (Pengembangan Karir)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	2

Lampiran 5: Frequencies

Frequencies X1 (Percaya Diri)

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	5.7	5.7	5.7
	4	26	37.1	37.1	42.9
	5	40	57.1	57.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	17.1	17.1	17.1
	4	47	67.1	67.1	84.3
	5	11	15.7	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	10.0	10.0	10.0
	4	32	45.7	45.7	55.7
	5	31	44.3	44.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies X2 (Orientasi Tugas dan Hasil)

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.9	2.9	2.9
	4	24	34.3	34.3	37.1
	5	44	62.9	62.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	24	34.3	34.3	34.3
	5	46	65.7	65.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	8.6	8.6	8.6
	4	35	50.0	50.0	58.6
	5	29	41.4	41.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.9	2.9	2.9
	3	25	35.7	35.7	38.6
	4	31	44.3	44.3	82.9
	5	12	17.1	17.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.9	2.9	2.9
	4	24	34.3	34.3	37.1
	5	44	62.9	62.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	8	11.4	11.4	12.9
	4	46	65.7	65.7	78.6
	5	15	21.4	21.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies X3 (Pengambilan Resiko)**x3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	5.7	5.7	5.7
	4	41	58.6	58.6	64.3
	5	25	35.7	35.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	32.9	32.9	32.9
	4	36	51.4	51.4	84.3
	5	11	15.7	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.3	4.3	4.3
	3	20	28.6	28.6	32.9
	4	38	54.3	54.3	87.1
	5	9	12.9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies X4 (Kepemimpinan)**x4.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.4	1.4	1.4
	3	21	30.0	30.0	31.4
	4	39	55.7	55.7	87.1
	5	9	12.9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.9	2.9	2.9
	3	9	12.9	12.9	15.7
	4	37	52.9	52.9	68.6
	5	22	31.4	31.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	5	7.1	7.1	8.6
	4	45	64.3	64.3	72.9
	5	19	27.1	27.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies X5 (Orisinil)**x5.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	28.6	28.6	28.6
	4	46	65.7	65.7	94.3
	5	4	5.7	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	20.0	20.0	20.0
	4	39	55.7	55.7	75.7
	5	17	24.3	24.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	30.0	30.0	30.0
	4	36	51.4	51.4	81.4
	5	13	18.6	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies X6 (Orientasi Masa Depan)**x6.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	19	27.1	27.1	27.1
	5	51	72.9	72.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	17.1	17.1	17.1
	4	41	58.6	58.6	75.7
	5	17	24.3	24.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Frequencies Y (Pengembangan Karir)

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	15.7	15.7	15.7
	3	30	42.9	42.9	58.6
	4	27	38.6	38.6	97.1
	5	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	11.4	11.4	11.4
	4	48	68.6	68.6	80.0
	5	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Lampiran 6 : Frekuensi Rata-Rata Variabel

Frequencies

Statistics

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	y
N	Valid	70	70	70	70	70	70	70
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Frequencies Table

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	12.9	12.9	12.9
	4	33	47.1	47.1	60.0
	5	28	40.0	40.0	100.0
Total		70	100.0	100.0	

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	46	65.7	65.7	65.7
	5	24	34.3	34.3	100.0
Total		70	100.0	100.0	

x3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	24.3	24.3	24.3
	4	42	60.0	60.0	84.3
	5	11	15.7	15.7	100.0
Total		70	100.0	100.0	

x4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	11.4	11.4	11.4
	4	49	70.0	70.0	81.4
	5	13	18.6	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	21.4	21.4	21.4
	4	44	62.9	62.9	84.3
	5	11	15.7	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

x6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	25	35.7	35.7	35.7
	5	45	64.3	64.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	8.6	8.6	8.6
	4	61	87.1	87.1	95.7
	5	3	4.3	4.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Lampiran 7 : Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pengembangan karir	7.3714	.70549	70
Percaya diri	12.8429	1.54766	70
Oreintasi tugas dan hasil	26.0143	2.17024	70
Pengambilan resiko	11.8857	1.46992	70
kepemimpinan	12.0857	1.46201	70
Orisnil	11.7000	1.49734	70
Orientasi masa depan	8.8000	.87807	70

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.1014	8.6983	7.3714	.56236	70
Std. Predicted Value	-2.258	2.359	.000	1.000	70
Standard Error of Predicted Value	.078	.205	.138	.031	70
Adjusted Predicted Value	5.9695	8.6568	7.3669	.56422	70
Residual	-.98040	.88862	.00000	.42600	70
Std. Residual	-2.199	1.993	.000	.956	70
Stud. Residual	-2.339	2.146	.005	1.012	70
Deleted Residual	-1.10947	1.03048	.00453	.47870	70
Stud. Deleted Residual	-2.429	2.212	.003	1.027	70
Mahal. Distance	1.142	13.549	5.914	3.005	70
Cook's Distance	.000	.154	.018	.029	70
Centered Leverage Value	.017	.196	.086	.044	70

a. Dependent Variable: pengembangan karir

Correlations

		Pengembangan karir	Percaya diri	Oreinatasi tugas dan hasil	Pengambilan resiko	Kepemimpinan	Orisinil	Orientasi masa depan
Pearson Correlation	Pengembangan karir	1.000	.506	.479	.125	.320	.423	.566
	Percaya diri	.506	1.000	.074	-.237	.128	-.002	.296
	Oreinatasi tugas dan hasil	.479	.074	1.000	.278	-.055	.385	.367
	Pengambilan resiko	.125	-.237	.278	1.000	.052	.083	.049
	Kepemimpinan	.320	.128	-.055	.052	1.000	.052	.205
	Orisin	.423	-.002	.385	.083	.052	1.000	.406
	Orientasi masa depan	.566	.296	.367	.049	.205	.406	1.000
	Sig. (1-tailed)							
Pengembangan karir	.	.000	.000	.151	.003	.000	.000	
Percaya diri	.000	.	.271	.024	.146	.494	.006	
Oreinatasi tugas dan hasil	.000	.271	.	.010	.325	.001	.001	
Pengambilan resiko	.151	.024	.010	.	.335	.247	.342	
Kepemimpinan	.003	.146	.325	.335	.	.336	.044	
Orisin	.000	.494	.001	.247	.336	.	.000	
Orientasi masa depan	.000	.006	.001	.342	.044	.000	.	
N	Pengembangan karir	70	70	70	70	70	70	70
	Percaya diri	70	70	70	70	70	70	70
	Oreinatasi tugas dan hasil	70	70	70	70	70	70	70
	Pengambilan resiko	70	70	70	70	70	70	70
	Kepemimpinan	70	70	70	70	70	70	70
	Orisin	70	70	70	70	70	70	70
	Orientasi masa depan	70	70	70	70	70	70	70

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.797 ^a	.635	.601	.44583	.635	18.297	6	63	.000	2.285

a. Predictors: (Constant), orientasi masa depan, pengambilan resiko, kepemimpinan, percaya diri, orisinil, orientasi masa depan

b. Dependent Variable: pengembangan karir

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.821	6	3.637	18.297	.000 ^a
	Residual	12.522	63	.199		
	Total	34.343	69			

a. Predictors: (Constant), orientasi masa depan, pengambilan resiko, kepemimpinan, percaya diri, orisinil, orientasi masa depan

b. Dependent Variable: pengembangan karir

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.960	.957		-2.048	.045		
	Percaya diri	.193	.038	.424	5.053	.000	.823	1.216
	Oreinatasi tugas dan hasil	.088	.029	.272	3.027	.004	.716	1.397
	Pengambilan resiko	.053	.040	.111	1.340	.185	.844	1.185
	Kepemimpinan	.107	.038	.222	2.809	.007	.923	1.084
	Orisin	.102	.041	.216	2.467	.016	.755	1.324
	Orientasi masa depan	.162	.074	.202	2.184	.033	.677	1.477

a. Dependent Variable: pengembangan karir

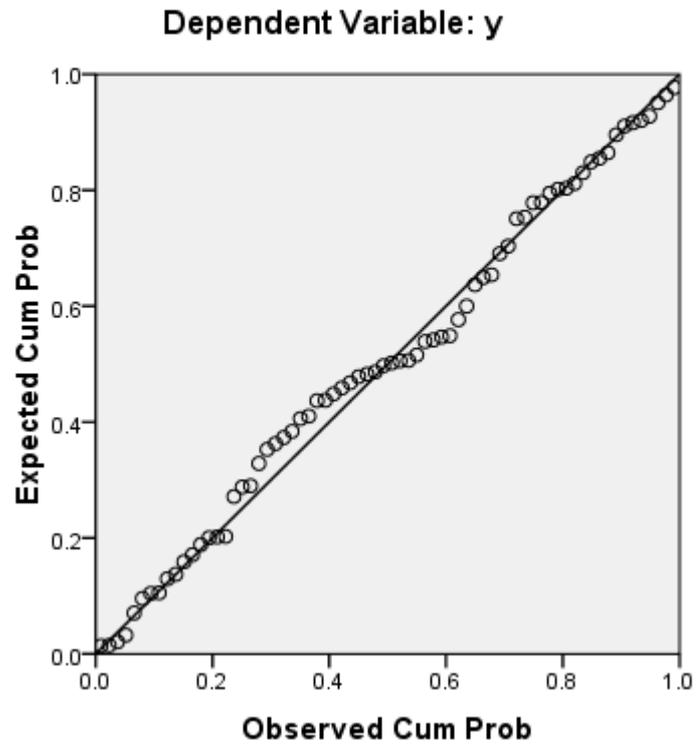
Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenv alue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	Percaya diri	Orientasi tugas dan hasil	Pengambilan resiko	Kepemimpin an	Orisinil	Orientasi masa depan
1	1	6.942	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.019	19.219	.00	.27	.01	.29	.03	.03	.01
	3	.015	21.361	.00	.00	.01	.13	.27	.36	.02
	4	.012	24.359	.00	.23	.02	.11	.52	.16	.00
	5	.006	35.122	.00	.23	.03	.03	.01	.35	.78
	6	.005	39.069	.06	.12	.60	.37	.02	.09	.19
	7	.002	52.899	.93	.15	.34	.07	.16	.01	.01

a. Dependent Variable:
pengembangan karir

Lampiran 8 : Normalitas

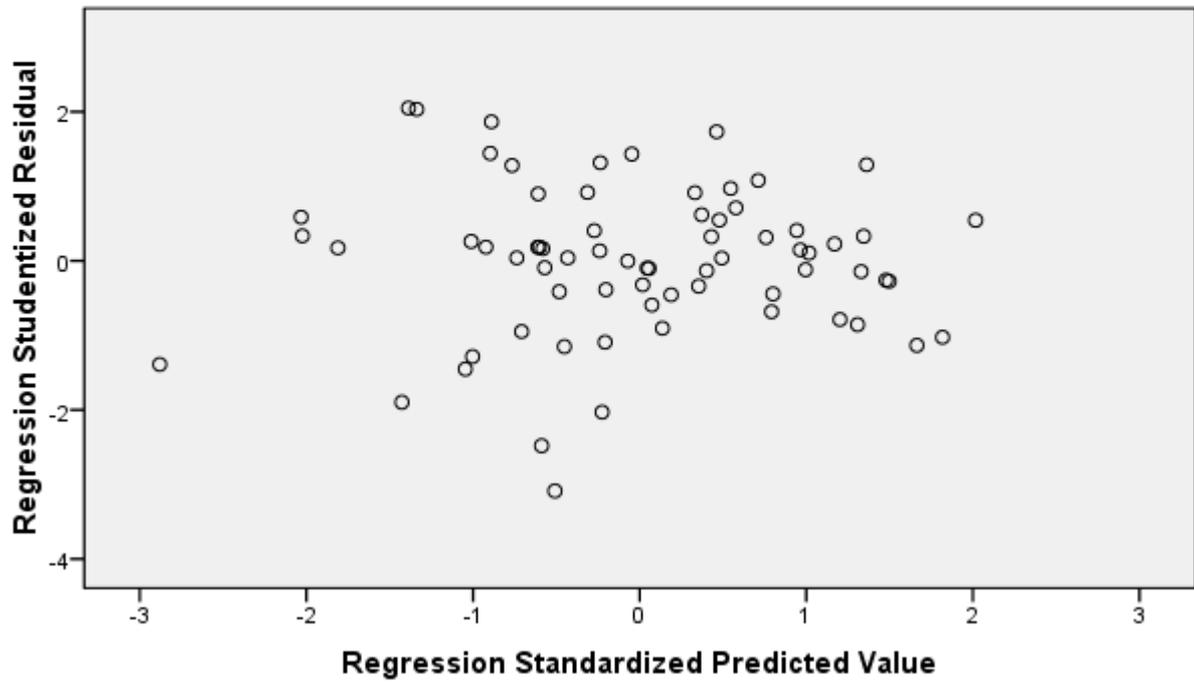
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 9 : Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: y



Lampiran 10 : Tabel Harga Kritis dari r Product Moment

n	Selang Kepercayaan		n	Selang Kepercayaan		n	Selang Kepercayaan	
	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0,997	1,000	51	0,276	0,358	99	0,198	0,258
4	0,950	0,990	52	0,273	0,354	100	0,197	0,256
5	0,878	0,959	53	0,271	0,351	101	0,196	0,255
6	0,811	0,917	54	0,268	0,348	102	0,195	0,254
7	0,754	0,875	55	0,266	0,345	103	0,194	0,253
8	0,707	0,834	56	0,263	0,341	104	0,193	0,252
9	0,666	0,798	57	0,261	0,339	105	0,192	0,250
10	0,632	0,765	58	0,259	0,336	106	0,191	0,249
11	0,602	0,735	59	0,256	0,333	107	0,190	0,248
12	0,576	0,708	60	0,254	0,330	108	0,189	0,247
13	0,553	0,684	61	0,252	0,327	109	0,188	0,246
14	0,532	0,661	62	0,250	0,325	110	0,187	0,245
15	0,514	0,641	63	0,248	0,322	111	0,187	0,244
16	0,497	0,623	64	0,246	0,320	112	0,186	0,242
17	0,482	0,606	65	0,244	0,317	113	0,185	0,241
18	0,468	0,590	66	0,242	0,315	114	0,184	0,240
19	0,456	0,575	67	0,240	0,313	115	0,183	0,239
20	0,444	0,561	68	0,239	0,310	116	0,182	0,238
21	0,433	0,549	69	0,237	0,308	117	0,182	0,237
22	0,423	0,537	70	0,235	0,306	118	0,181	0,236
23	0,413	0,526	71	0,234	0,304	119	0,180	0,235
24	0,404	0,515	72	0,232	0,302	120	0,179	0,234
25	0,396	0,505	73	0,230	0,300	121	0,179	0,233
26	0,388	0,496	74	0,229	0,298	122	0,178	0,232
27	0,381	0,487	75	0,227	0,296	123	0,177	0,231
28	0,374	0,479	76	0,226	0,294	124	0,176	0,231
29	0,367	0,471	77	0,224	0,292	125	0,176	0,230
30	0,361	0,463	78	0,223	0,290	126	0,175	0,229
31	0,355	0,456	79	0,221	0,288	127	0,174	0,228
32	0,349	0,449	80	0,220	0,286	128	0,174	0,227
33	0,344	0,442	81	0,219	0,285	129	0,173	0,226
34	0,339	0,436	82	0,217	0,283	130	0,172	0,225
35	0,334	0,430	83	0,216	0,281	131	0,172	0,224
36	0,329	0,424	84	0,215	0,280	132	0,171	0,223
37	0,325	0,418	85	0,213	0,278	133	0,170	0,223
38	0,320	0,413	86	0,212	0,276	134	0,170	0,222
39	0,316	0,408	87	0,211	0,275	135	0,169	0,221
40	0,312	0,403	88	0,210	0,273	136	0,168	0,220
41	0,308	0,398	89	0,208	0,272	137	0,168	0,219
42	0,304	0,393	90	0,207	0,270	138	0,167	0,219
43	0,301	0,389	91	0,206	0,269	139	0,167	0,218
44	0,297	0,384	92	0,205	0,267	140	0,166	0,217
45	0,294	0,380	93	0,204	0,266	141	0,165	0,216
46	0,291	0,376	94	0,203	0,264	142	0,165	0,216
47	0,288	0,372	95	0,202	0,263	143	0,164	0,215
48	0,285	0,368	96	0,201	0,262	144	0,164	0,214
49	0,282	0,365	97	0,200	0,260	145	0,163	0,213
50	0,279	0,361	98	0,199	0,259	146	0,163	0,213

Lampiran 11 : Tabel Harga Kritis Distribusi F pada $\alpha = 0,05$ (5%)

dk penyebut (df2)	dk pembilang (df1)					
	1	2	3	4	5	6
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191
110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297	2,182
120	3,920	3,072	2,680	2,447	2,290	2,175

Lampiran 12 : Tabel Harga Kritis distribusi t

df	Taraf Nyata (α)		df	Taraf Nyata (α)		df	Taraf Nyata (α)	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
1	12,706	63,657	49	2,010	2,680	97	1,985	2,627
2	4,303	9,925	50	2,009	2,678	98	1,984	2,627
3	3,182	5,841	51	2,008	2,676	99	1,984	2,626
4	2,776	4,604	52	2,007	2,674	100	1,984	2,626
5	2,571	4,032	53	2,006	2,672	101	1,984	2,625
6	2,447	3,707	54	2,005	2,670	102	1,983	2,625
7	2,365	3,499	55	2,004	2,668	103	1,983	2,624
8	2,306	3,355	56	2,003	2,667	104	1,983	2,624
9	2,262	3,250	57	2,002	2,665	105	1,983	2,623
10	2,228	3,169	58	2,002	2,663	106	1,983	2,623
11	2,201	3,106	59	2,001	2,662	107	1,982	2,623
12	2,179	3,055	60	2,000	2,660	108	1,982	2,622
13	2,160	3,012	61	2,000	2,659	109	1,982	2,622
14	2,145	2,977	62	1,999	2,657	110	1,982	2,621
15	2,131	2,947	63	1,998	2,656	111	1,982	2,621
16	2,120	2,921	64	1,998	2,655	112	1,981	2,620
17	2,110	2,898	65	1,997	2,654	113	1,981	2,620
18	2,101	2,878	66	1,997	2,652	114	1,981	2,620
19	2,093	2,861	67	1,996	2,651	115	1,981	2,619
20	2,086	2,845	68	1,995	2,650	116	1,981	2,619
21	2,080	2,831	69	1,995	2,649	117	1,980	2,619
22	2,074	2,819	70	1,994	2,648	118	1,980	2,618
23	2,069	2,807	71	1,994	2,647	119	1,980	2,618
24	2,064	2,797	72	1,993	2,646	120	1,980	2,617
25	2,060	2,787	73	1,993	2,645	121	1,980	2,617
26	2,056	2,779	74	1,993	2,644	122	1,980	2,617
27	2,052	2,771	75	1,992	2,643	123	1,979	2,616
28	2,048	2,763	76	1,992	2,642	124	1,979	2,616
29	2,045	2,756	77	1,991	2,641	125	1,979	2,616
30	2,042	2,750	78	1,991	2,640	126	1,979	2,615
31	2,040	2,744	79	1,990	2,640	127	1,979	2,615
32	2,037	2,738	80	1,990	2,639	128	1,979	2,615
33	2,035	2,733	81	1,990	2,638	129	1,979	2,614
34	2,032	2,728	82	1,989	2,637	130	1,978	2,614
35	2,030	2,724	83	1,989	2,636	131	1,978	2,614
36	2,028	2,719	84	1,989	2,636	132	1,978	2,614
37	2,026	2,715	85	1,988	2,635	133	1,978	2,613
38	2,024	2,712	86	1,988	2,634	134	1,978	2,613
39	2,023	2,708	87	1,988	2,634	135	1,978	2,613
40	2,021	2,704	88	1,987	2,633	136	1,978	2,612
41	2,020	2,701	89	1,987	2,632	137	1,977	2,612
42	2,018	2,698	90	1,987	2,632	138	1,977	2,612
43	2,017	2,695	91	1,986	2,631	139	1,977	2,612
44	2,015	2,692	92	1,986	2,630	140	1,977	2,611
45	2,014	2,690	93	1,986	2,630	141	1,977	2,611
46	2,013	2,687	94	1,986	2,629	142	1,977	2,611
47	2,012	2,685	95	1,985	2,629	143	1,977	2,611
48	2,011	2,682	96	1,985	2,628	144	1,977	2,610

Lampiran 13. Tabel Durbin Watson pada Tingkat Kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)

n	k*=1		k*=2		k*=3		k*=4		k*=5		k*=6		k*=7		k*=8		k*=9		k*=10	
	dL	dU																		
6	0.390	1.142	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
7	0.435	1.036	0.294	1.676	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
8	0.497	1.003	0.345	1.489	0.229	2.102	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
9	0.554	0.998	0.408	1.389	0.279	1.875	0.183	2.433	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
10	0.604	1.001	0.466	1.333	0.340	1.733	0.230	2.193	0.150	2.690	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
11	0.653	1.010	0.519	1.297	0.396	1.640	0.286	2.030	0.193	2.453	0.124	2.892	----	----	----	----	----	----	----	----
12	0.697	1.023	0.569	1.274	0.449	1.575	0.339	1.913	0.244	2.280	0.164	2.665	0.105	3.053	----	----	----	----	----	----
13	0.738	1.038	0.616	1.261	0.499	1.526	0.391	1.826	0.294	2.150	0.211	2.490	0.140	2.838	0.090	3.182	----	----	----	----
14	0.776	1.054	0.660	1.254	0.547	1.490	0.441	1.757	0.343	2.049	0.257	2.354	0.183	2.667	0.122	2.981	0.078	3.287	----	----
15	0.811	1.070	0.700	1.252	0.591	1.465	0.487	1.705	0.390	1.967	0.303	2.244	0.226	2.530	0.161	2.817	0.107	3.101	0.068	3.374
16	0.844	1.086	0.738	1.253	0.633	1.447	0.532	1.664	0.437	1.901	0.349	2.153	0.269	2.416	0.200	2.681	0.142	2.944	0.094	3.201
17	0.873	1.102	0.773	1.255	0.672	1.432	0.574	1.631	0.481	1.847	0.393	2.078	0.313	2.319	0.241	2.566	0.179	2.811	0.127	3.053
18	0.902	1.118	0.805	1.259	0.708	1.422	0.614	1.604	0.522	1.803	0.435	2.015	0.355	2.238	0.282	2.467	0.216	2.697	0.160	2.925
19	0.928	1.133	0.835	1.264	0.742	1.416	0.650	1.583	0.561	1.767	0.476	1.963	0.396	2.169	0.322	2.381	0.255	2.597	0.196	2.813
20	0.952	1.147	0.862	1.270	0.774	1.410	0.684	1.567	0.598	1.736	0.515	1.918	0.436	2.110	0.362	2.308	0.294	2.510	0.232	2.174
21	0.975	1.161	0.889	1.276	0.803	1.408	0.718	1.554	0.634	1.712	0.552	1.881	0.474	2.059	0.400	2.244	0.331	2.434	0.268	2.625
22	0.997	1.174	0.915	1.284	0.832	1.407	0.748	1.543	0.666	1.691	0.587	1.849	0.510	2.015	0.437	2.188	0.368	2.367	0.304	2.548
23	1.017	1.186	0.938	1.290	0.858	1.407	0.777	1.535	0.699	1.674	0.620	1.821	0.545	1.977	0.473	2.140	0.404	2.308	0.340	2.479
24	1.037	1.199	0.959	1.298	0.881	1.407	0.805	1.527	0.728	1.659	0.652	1.797	0.578	1.944	0.507	2.097	0.439	2.255	0.375	2.417
25	1.055	1.210	0.981	1.305	0.906	1.408	0.832	1.521	0.756	1.645	0.682	1.776	0.610	1.915	0.540	2.059	0.473	2.209	0.409	2.362
26	1.072	1.222	1.000	1.311	0.928	1.410	0.855	1.517	0.782	1.635	0.711	1.759	0.640	1.889	0.572	2.026	0.505	2.168	0.441	2.313
27	1.088	1.232	1.019	1.318	0.948	1.413	0.878	1.514	0.808	1.625	0.738	1.743	0.669	1.867	0.602	1.997	0.536	2.131	0.473	2.269
28	1.104	1.244	1.036	1.325	0.969	1.414	0.901	1.512	0.832	1.618	0.764	1.729	0.696	1.847	0.630	1.970	0.566	2.098	0.504	2.229
29	1.119	1.254	1.053	1.332	0.988	1.418	0.921	1.511	0.855	1.611	0.788	1.718	0.723	1.830	0.658	1.947	0.595	2.068	0.533	2.193
30	1.134	1.264	1.070	1.339	1.006	1.421	0.941	1.510	0.877	1.606	0.812	1.707	0.748	1.814	0.684	1.925	0.622	2.041	0.562	2.160
31	1.147	1.274	1.085	1.345	1.022	1.425	0.960	1.509	0.897	1.601	0.834	1.698	0.772	1.800	0.710	1.906	0.649	2.017	0.589	2.131
32	1.160	1.283	1.100	1.351	1.039	1.428	0.978	1.509	0.917	1.597	0.856	1.690	0.794	1.788	0.734	1.889	0.674	1.995	0.615	2.104
33	1.171	1.291	1.114	1.358	1.055	1.432	0.995	1.510	0.935	1.594	0.876	1.683	0.816	1.776	0.757	1.874	0.698	1.975	0.641	2.080
34	1.184	1.298	1.128	1.364	1.070	1.436	1.012	1.511	0.954	1.591	0.896	1.677	0.837	1.766	0.779	1.860	0.722	1.957	0.665	2.057
35	1.195	1.307	1.141	1.370	1.085	1.439	1.028	1.512	0.971	1.589	0.914	1.671	0.857	1.757	0.800	1.847	0.744	1.940	0.689	2.037
36	1.205	1.315	1.153	1.376	1.098	1.442	1.043	1.513	0.987	1.587	0.932	1.666	0.877	1.749	0.821	1.836	0.766	1.925	0.711	2.018
37	1.217	1.322	1.164	1.383	1.112	1.446	1.058	1.514	1.004	1.585	0.950	1.662	0.895	1.742	0.841	1.825	0.787	1.911	0.733	2.001
38	1.227	1.330	1.176	1.388	1.124	1.449	1.072	1.515	1.019	1.584	0.966	1.658	0.913	1.735	0.860	1.816	0.807	1.899	0.754	1.985
39	1.237	1.337	1.187	1.392	1.137	1.452	1.085	1.517	1.033	1.583	0.982	1.655	0.930	1.729	0.878	1.807	0.826	1.887	0.774	1.970
40	1.246	1.344	1.197	1.398	1.149	1.456	1.098	1.518	1.047	1.583	0.997	1.652	0.946	1.724	0.895	1.799	0.844	1.876	0.749	1.956
45	1.288	1.376	1.245	1.424	1.201	1.474	1.156	1.528	1.111	1.583	1.065	1.643	1.019	1.704	0.974	1.768	0.927	1.834	0.881	1.902
50	1.324	1.403	1.285	1.445	1.245	1.491	1.206	1.537	1.164	1.587	1.123	1.639	1.081	1.692	1.039	1.748	0.997	1.805	0.955	1.864
55	1.356	1.428	1.320	1.466	1.284	1.505	1.246	1.548	1.209	1.592	1.172	1.638	1.134	1.685	1.095	1.734	1.057	1.785	1.018	1.837
60	1.382	1.449	1.351	1.484	1.317	1.520	1.283	1.559	1.248	1.598	1.214	1.639	1.179	1.682	1.144	1.726	1.108	1.771	1.072	1.817
65	1.407	1.467	1.377	1.500	1.346	1.534	1.314	1.568	1.283	1.604	1.251	1.642	1.218	1.680	1.186	1.720	1.153	1.761	1.120	1.802
70	1.429	1.485	1.400	1.514	1.372	1.546	1.343	1.577	1.313	1.611	1.283	1.645	1.253	1.680	1.223	1.716	1.192	1.754	1.162	1.792
75	1.448	1.501	1.422	1.529	1.395	1.557	1.368	1.586	1.340	1.617	1.313	1.649	1.284	1.682	1.256	1.714	1.227	1.748	1.199	1.783
80	1.465	1.514	1.440	1.541	1.416	1.568	1.390	1.595	1.364	1.624	1.338	1.653	1.312	1.683	1.285	1.714	1.259	1.745	1.232	1.777
85	1.481	1.529	1.458	1.553	1.434	1.577	1.411	1.603	1.386	1.630	1.362	1.657	1.337	1.685	1.312	1.714	1.287	1.743	1.262	1.773
90	1.496	1.541	1.474	1.563	1.452	1.587	1.429	1.611	1.406	1.636	1.383	1.661	1.360	1.687	1.336	1.714	1.312	1.741	1.288	1.769
95	1.510	1.552	1.489	1.573	1.468	1.596	1.446	1.618	1.425	1.641	1.403	1.666	1.381	1.690	1.358	1.715	1.336	1.741	1.313	1.767
100	1.522	1.562	1.502	1.582	1.482	1.604	1.461	1.625	1.441	1.647	1.421	1.670	1.400	1.693	1.378	1.717	1.357	1.741	1.335	1.765
150	1.611	1.637	1.598	1.651	1.584	1.665	1.571	1.679	1.557	1.693	1.543	1.708	1.530	1.722	1.515	1.737	1.501	1.752	1.486	1.767
200	1.664	1.684	1.653	1.693	1.643	1.704	1.633	1.715	1.623	1.725	1.613	1.735	1.603	1.746	1.592	1.757	1.582	1.768	1.571	1.779

k is the number of regressors excluding the intercept

CURICULUM VITAE

	Name	Ayu Ambarini
	Place/date of Birth	B.Lampung / 01 Agust 1988
	Gender	Female
	Religion	Islam
	Address	Jl.Imam Bonjol Gg.Sosial No. 9 Gedong Air B.lampung
	Contact Number	0856-588-01-876
	E-mail	ayu_arini88@yahoo.co.id

EDUCATIONAL BACKGROUND

Time	Institution	Institution Type	Description
2006-2010	Lampung University	Public University	Major : Business Administration GPA : 3,4 (Max 4) Final Assignment Quantitative Research Title: " THE INFLUENCE OF ENTREPRENEUR SPIRIT TO INDIVIDUAL CAREER DEVELOPMENT (Study on Multi Level Marketing of Oriflame Distributor in Bandar Lampung)
2003-2006	SMA N 1 B. Lampung	Public Junior High School	
2000-2003	SMP N 25 B. Lampung	Public Junior High School	
1994-2000	SD Kartika II-6 B.Lampung	Public Elementary School	