

**ANALISIS KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DISTRIBUTOR MULTI
LEVEL MARKETTINGNU SKIN PADA WALK IN CENTER PEKANBARU**

Arief Rifai Harahap dan Shafira Amalia Ramadhani
Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIPOL UIR
Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIPOL UIR
ariefrh16@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini mengambil tema tentang karakteristik kewirausahaan distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada walk in center pekanbaru. Salah satu bentuk wirausaha adalah berusaha sendiri sebagai distributor Multilevel Marketing (MLM). Konsep MLM merupakan salah satu metode pemasaran dengan system jaringan (network). Distributor MLM dalam menjalankan strategi pemasaran secara bertingkat menuntut memiliki kejelian berimprovisasi untuk mempengaruhi orang lain mau bergabung untuk bersama-sama dalam menjalankan usaha MLM. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam system pemasaran MLM adalah WIC Nu Skin Pekanbaru yang berlokasi di Komplek Sudirman Business Central Blok B No 7 dan 8 di Jalan Jendral Sudirman Pekanbaru. Perusahaan MLM memberikan reward atau insentif kepada distributor yang berprestasi. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis, menjelaskan dan mengintreprestasikan karakteristik distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada Walk In Center Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah dengan pendekatan kualitatif tersebut dipilih karena penelitian ini berusaha untuk memperoleh pandangan baru tentang karakteristik kewirausahaan distributor pada walk in center Nu Skin Pekanbaru melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha (distributor) dan juga mengamati secara langsung kehidupan pelaku usaha, Informan sebagai sumber data utama sengaja dipilih dari subjek yang menguasai permasalahan, mengetahui lebih banyak, memiliki data dan bersedia memberikan data. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah para pelaku usaha (distributor, executive dan leader) Multilevel Marketing mulai yang terdiri dari berbagai macam level atau tingkatan mulai dari distributor, executive dan leader. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dan teknik yang digunakan dalam menjaring data adalah wawancara dan observasi. Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis data dengan menggunakan *interactive model of analysis* (analisis model interaktif) yang dikembangkan oleh Miles dan Hubermann. Pada model interaktif ini peneliti bergerak pada tiga komponen, yaitu reduksi data (*data reduction*), *data display*, dan *coclusion drawing* yaitu terdiri dari tahap penarikan dan verifikasi. berdasarkan hasil penilaian informan terhadap persepsi tentang sejauh mana karakteristik distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada Walk In Center Pekanbaru dikelompokkan untuk level distributor (brand affiliate) mempunyai motivasi tinggi, memiliki orientasi ke depan yang sedang, lemah kepemimpinan, tidak luas jaringan usaha, kurang tanggap dan kreatif menghadapi perubahan, untuk level executive (brand representative) mempunyai motivasi tinggi, memiliki orientasi ke depan yang kuat, kuat kepemimpinan, luas jaringan usaha, tanggap dan kreatif menghadapi perubahan dan untuk level leader (brand partner) mempunyai motivasi yang sangat tinggi, memiliki orientasi ke depan yang kuat, kuat kepemimpinan, memiliki jaringan usaha yang sangat luas, selalu tanggap dan kreatif menghadapi perubahan.

Kata Kunci : Karakteristik, Kewirausahaan

Latar Belakang Masalah

Masyarakat yang tinggal di perkotaan mengharapkan mendapat pekerjaan formal di kantor-kantor baik di pemerintah maupun swasta, namun justru sektor seperti itulah yang pada masa-masa seperti ini paling merasakan dampak ekonomi. Konsekwensi dari efisiensi perusahaan dalam penyerapan tenaga kerja baru. Lapangan pekerjaan yang semakin sempit sementara kebutuhan masyarakat untuk bekerja terus meningkat. Secara luas hal ini berarti pengangguran yang disebabkan ketiadaan lapangan kerja akhirnya menjadi beban tanggungan keluarga masyarakat. Pengangguran tersebut bukanlah hasil sebuah pilihan, tetapi akibat dari semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan.

Menurut Machfoedz (2004:1) Wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha bisnis. Wirausahawan adalah innovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberi nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya atau kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Dari definisi tersebut dapat dinyatakan bahwa wirausaha adalah orang yang mendorong perubahan dalam menemukan peluang, orang yang suka mengambil resiko dan mampu mengembangkan kreatifitas.

Salah satu bentuk wirausaha adalah berusaha sendiri sebagai distributor Multilevel Marketing (MLM). Konsep MLM merupakan salah satu metode pemasaran dengan system jaringan (network). Distributor MLM dalam menjalankan strategi pemasaran secara bertingkat menuntut memiliki kejelian berimprovisasi untuk mempengaruhi orang lain mau bergabung untuk bersama-sama dalam menjalankan

usaha MLM. Strategi MLM harus memenuhi kaidah jual beli, disamping itu yang diperjual belikan merupakan komoditas yang berkualitas dan bermanfaat.

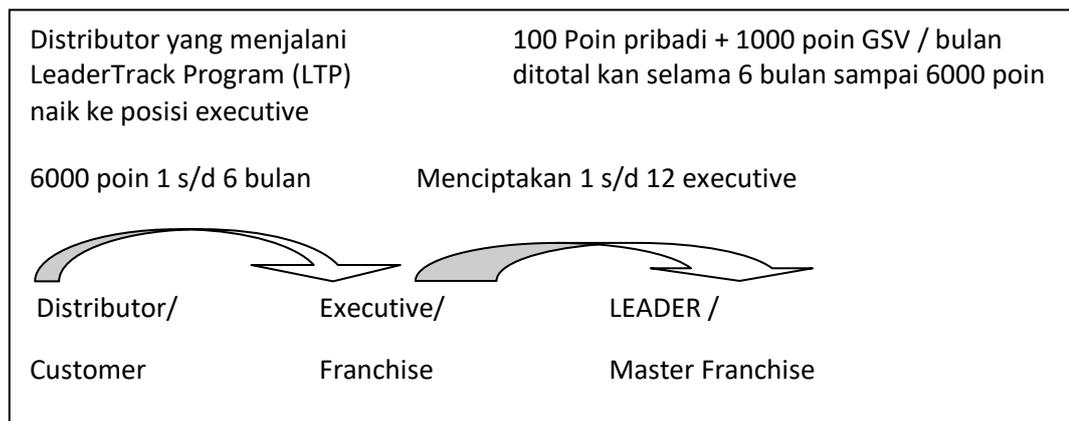
Nu Skin Enterprises adalah sebuah perusahaan anti aging yang berdiri sejak tahun 1984 dan berpusat di Utah , USA yang mempunyai Visi “ untuk menjadi perusahaan direct selling terkemuka di dunia dengan memberikan penghasilan yang lebih banyak kepada para distributor dibandingkan perusahaan lain “ dan mempunyai Misi “ untuk menjadi kekuatan pendorong untuk kebaikan di seluruh dunia dengan memberdayakan orang-orang untuk meningkatkan kehidupan melalui peluang bisnis yang menguntungkan, produk-produk yang inovatif, dan budaya untuk memperkaya kehidupannya. Saat ini Nu Skin perusahaan multi Internasional yang sudah memiliki cabang di 54 negara dan menjadi perusahaan besar dengan penjualan puluhan triliun per tahun. Bekerja sama dengan Life Gen Technologies yaitu sebuah lembaga riset yang khusus meneliti masalah penuaan (anti aging) selama puluhan tahun dan Stanford University. Nu Skin juga mengembangkan teknologi Ageloc, yaitu satu-satunya teknologi anti aging yang mengunci penuaan pada sumbernya yaitu pada DNA manusia. Nu Skin merupakan satu-satunya perusahaan di dunia yang memiliki teknologi AgeLoc, sehingga mengantarkan menjadikan perusahaan Anti Aging no 1 di dunia. Berkat teknologi Ageloc ini Nu Skin juga mendapatkan penghargaan dari The American bussiness Awards dan menjadi salah satu dari 100 perusahaan terpercaya menurut versi majalah Forbes.

Sejak pertama kali Nu Skin masuk ke Indonesia pada tahun 2005 dengan perkembangan yang sangat fantastis pada saat ini sudah terdapat 9 cabang stokist di seluruh Indonesia diantaranya WIC

Jakarta, WIC Medan, WIC Surabaya, WIC Makasar, WIC Bekasi, WIC Bandung, WIC Pekanbaru, WIC Serpong, dan yang terakhir dibuka WIC Semarang.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam system pemasaran MLM adalah WIC Nu Skin Pekanbaru yang berlokasi di Komplek Sudirman Business Central Blok B No 7 dan 8 di Jalan Jendral

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



Keunggulan bisnis MLM ini adalah modal kecil dengan peluang yang besar, dimana masa depan ditentukan oleh distributor itu sendiri, tidak ada kredit macet, jam kerja bebas dan 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 yang disebut mitra kerja (down line) yang selalu dikaitkan dengan bonus dan komisi.

Setiap perusahaan MLM memiliki metode perhitungan sendiri. Tenaga penjual atau distributor MLM adalah pengusaha mandiri yang mendapat penghasilan dari aktifitas penjualan produknya dan menjangking mitra kerjanya (down line). Cara kerja pengusaha MLM dilakukan tanpa jam kerja yang teratur seperti pada sebuah kantor , jadi bisa dimana saja tanpa terikat tempat dan

waktu. Banyak dari distributor melakukan di luar jam kerja untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Dalam banyak kasus seorang distributor mempunyai pendapatan yang besar, bahkan melebihi pendapatan dari pekerjaan formalnya. Karena itu banyak orang yang tertarik untuk bergabung menjalankan bisnis model ini. Semakin banyak mitra (down line) yang direkrut atau semakin besar jaringan yang dibangun maka semakin besar bonus yang akan diterima oleh distributor. Jadi apabila distributor benar-benar bekerja keras, maka bonus yang diperoleh bisa mencapai puluhan juta bahkan ratusan juta per bulan. Tetapi dalam menjalankan bisnis MLM tidak sedikit pula yang mengalami kegagalan , tidak mampu berkembang dan bahkan tidak mau lagi menjalankan bisnis MLM .

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 s/d 60 jam semingggunya. Di Amerika konsep MLM telah dikembangkan jauh lebih luas selama berpuluh-puluh tahun dan hampir setiap barang dan jasa dapat diperoleh melalui MLM.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka perlu untuk menganalisis lebih mendalam suatu penelitian dengan judul “Analisis Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing Nu Skin Pada Walk In Center Pekanbaru”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimanakah karakteristik kewirausahaan distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada Walk In Center Pekanbaru? “.

Tujuan penelitian

Tujuan penelotian ini adalah sebagai berikut: “Menganalisis, menjelaskan dan mengintreprestasikan karakteristik distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada Walk In Center Pekanbaru “

Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis, yaitu penelitian ini dapat memberikan masukan dan kontribusi kepada para distributor, executive dan leader Nu Skin khususnya di Walk In Center Pekanbaru dalam menjalankan strategi dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing (MLM).
2. Manfaat Teoritis, yaitu penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan bidang ilmu kewirausahaan dan strategi bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Karakter Wirausahawan

Mc Clelland mengajukan konsep Need for Achievement (selanjutnya disingkat (N-Ach) yang diartikan sebagai girus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berfikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil tindakan beresiko yang benar-benar telah diperhitungkan.

Seseorang yang memiliki N-Ach tinggi biasanya lebih menyukai situasi kerja yang diketahui akan mengalami peningkatan/kemajuan atau tidak. Uang bagi mereka bukanlah tujuan.

Mc Clelland merinci karakteristik mereka yang memiliki *N-Ach* yang tinggi sebagai berikut:

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

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

Menurut Meredith (2005 : 59) , seorang wirausaha haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan berpikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Untuk

menjadi wirausaha tersebut seseorang harus memiliki pemecahannya. Untuk menjadi wirausaha tersebut seseorang harus memiliki karakter sebagaimana terlihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Ciri-ciri dan Watak/Karakter Wirausaha

CIRI-CIRI	WATAK
Percaya diri	Kepercayaan (keteguhan) ketidak tergantungan optimisme
Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan atau haus akan prestasi berorientasi laba atau hasil tekun dan tabah, tekad, kerja keras, motivasi, energik, penuh inisiatif
Pengambilan resiko	Mampu mengambil resiko Suka pada tantangan
kepemimpinan	Mampu memimpin Dapat bergaul dengan orang lain Menanggapi saran dan kritik
keorisinalan	Inovatif (pembaharu) Kreatif Fleksibel Banyak sumber Serba bisa
Berosintasi ke masa depan	Pandangan kedepan Perseptif

Sumber : Meredith

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, hasil diskusi, dan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dirangkum beberapa karakteristik kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang dibagi kedalam lima golongan besar yaitu :

1. Memiliki motivasi yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan hidup, karakteristik ini terdiri atas :
 - a. Pekerja Keras (*Hard Worker*).
 - b. Tidak Pernah Menyerah (*Never Surrender*).
 - c. Memiliki Semangat (*Spirit*).
 - d. Memiliki Komitmen (*Comitted*) yang Tinggi.
2. Orientasi kemasa depan, karakteristik ini terdiri atas :
 - a. Visioner.
 - b. Berpikir Positif (*Positive Thinking*).
3. Memiliki Pengetahuan (*Knowledge*) yang Luas.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan yang unggul, karakteristik ini terdiri atas :
 - a. Keberanian untuk Bertindak (*Dare to Act*).
 - b. Membangun Tim yang Baik (*Good Team Leader*).
 - c. Berpikir dan Berjiwa Besar.
 - d. Berani Mengambil Risiko.
 - e. *Having* mentor.
 - f. Pikiran yang Terbuka (*Open Minded*).
 - g. Kepercayaan (*Trusted*).
5. Memiliki jaringan usaha yang luas, karakteristik ini terdiri atas :
 - a. Jaringan Kerja (*Net Worker*).
 - b. Teman (*Friends*).
 - c. Kerja sama (*Cooperative*).
6. Tanggap dan kreatif menghadapi perubahan, karakteristik ini terdiri atas :

- a. Berpikir Kritis (*Critie*).
- b. Menyenangkan.
- c. Proaktif.
- d. Kreatif.
- e. Inovatif.
- f. Efisien.
- g. Produktif.
- h. Orisinal.

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan adalah suatu proses bagaimana membuat seorang individu atau kelompok menjadi berkembang atau memiliki kekuatan, kemampuan dan memiliki kemandirian dalam mengelola suatu kebutuhan atau menghadapi permasalahan tertentu.

Pada dasarnya pengembangan sumber daya manusia menurut pendapat Handoko (2012 : 103) memiliki dua tujuan utama , yaitu meliputi; *pertama* untuk menutup “*gap*” antara kecakapan atau kemampuan karyawan dengan permintaan jabatan; *kedua* meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja karyawan dalam mencapai sasaran-sasaran kerja yang ditetapkan.

Dari berbagai pendapat ahli tersebut, pada dasarnya prinsip pengembangan sumber daya manusia tidak jauh berbeda dengan harapan atas atribut-atribut sebagai berikut :

1. Memiliki keterampilan dan keahlian teoritis ilmiah tertentu sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan digelutinya.
2. Harus mampu menyumbangkan ilmu dan tenaga secara optimal untuk kelancaran usaha tempat kerjanya.
3. Harus dapat mendorong peningkatan produktivitas yang berkelanjutan.
4. Memiliki sikap untuk terus menerus untuk memperbaiki dan

meningkatkan keahlian dan keterampilannya.

5. Disiplin dan patuh pada aturan main profesi dan tempat kerjanya.

Memiliki kesiapan untuk berubah atau melakukan penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang berlangsung atau bahkan menciptakan perubahan.

Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan seorang untuk memobilisasi, menyelaraskan, memimpin kelompok, kemampuan menjelaskan gagasan sehinggadapat diterima orang lain. Pemimpin penting dalam mempengaruhi perubahan. Pemimpin bertanggung jawab untuk menggerakkan setiap usaha dan hambatan untuk menjamin kejelasan visi. Pemimpin harus dapat menciptakan iklim organisasi dimana karyawan merasa bebas tapi penuh tanggung jawab.

Riyono dan Zulaifah (2001 : 21) mengatakan bahwa kepemimpinan berkaitan dengan kemampuan untuk memotivasi dan mempengaruhi bawahan. Seorang pemimpin sukses karena mampu bertindak sebagai pengarah dan pendorong yang kuat serta berorientasi pada tujuan yang ditetapkan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari uraian di atas adalah kepemimpinan mempunyai efek yang penting terhadap upaya organisasi mendapatkan daya saing dan keuntungan di era globalisasi. Pemimpin bertanggung jawab untuk menggerakkan setiap usaha dan hambatan untuk menjamin kejelasan visi. Pemimpin harus dapat menciptakan iklim organisasi dimana karyawan merasa bebas tapi penuh tanggungjawab.

Konsep Motivasi

Menurut Melayu (2016 : 140) Motivasi berasal dari kata Latin “*movere*” yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan untuk sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi

mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan agar mau bekerjasama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada motivasi jika tidak dirasakan adanya kebutuhan dan kepuasan serta ketidakseimbangan. Rangsangan terhadap hal termaksud akan menumbuhkan tingkat motivasi, dan motivasi yang telah tumbuh akan merupakan dorongan untuk mencapai tujuan pemenuhan kebutuhan atau pencapaian keseimbangan. Motivasi merupakan suatu dorongan kebutuhan dari dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi agar pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya, sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan pegawai agar mampu mencapai tujuan dari motifnya.

Pengembangan Karir.

Pengembangan karir (*career development*) adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir sebagai wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya.

Pilihan pengembangan karir melalui wirausaha sebagai distributor MLM diperlukan kreatif, inovatif. Seorang wirausaha dituntut keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan produsen distributor/konsumen

Konsep Multi Level Marketing

Multi Level Marketing (MLM), Menurut Andrew & Wayne (2011 : 1) adalah jaringan orang-orang yang

memiliki akses terhadap serangkaian produk dan jasa yang didistribusikan dalam jaringan tersebut. 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.

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 sistem 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 (1998 : 4)

Sistem MLM jelas dalam kegiatan distribusi barang dan jasa menggunakan saluran tingkat nol (disebut pula saluran pemasaran langsung) terdiri seorang produsen yang langsung menjual pada konsumen.

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-kepentingan 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.

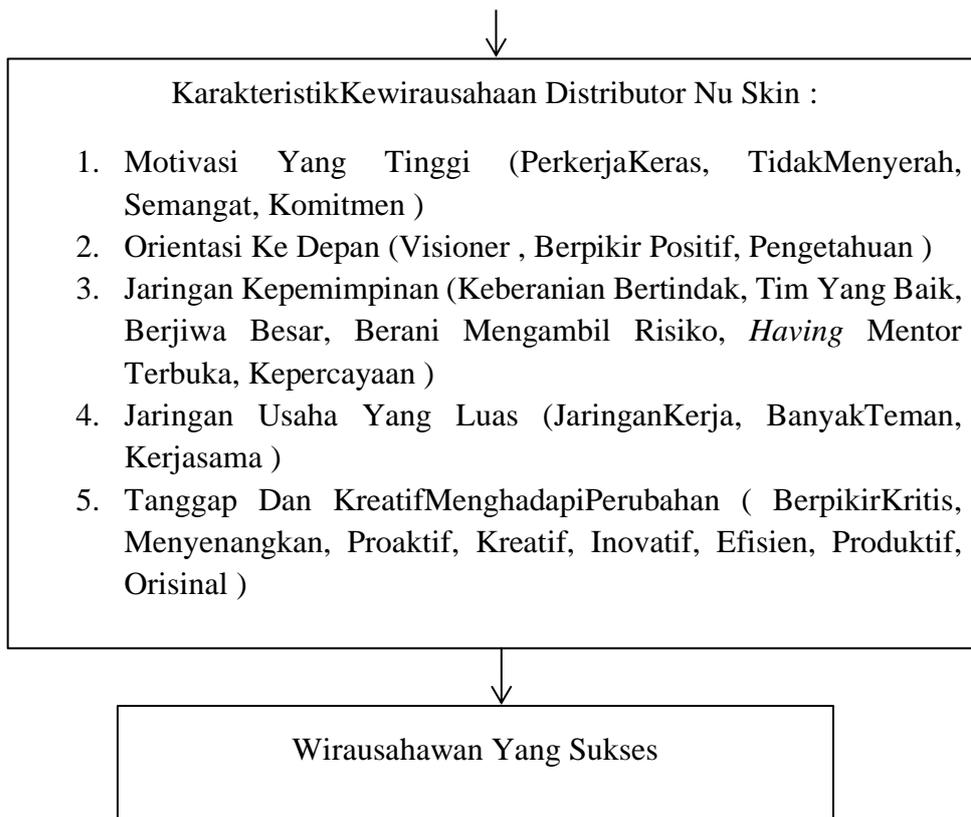
Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Jurnal Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fajar Baharuddin, Munawir Yusuf, Nugraha Arif Karyanta	Hubungan Efikasi Dan Jiwa Kewirausahaan Dengan Pilihan Karir Wirausaha Pada Mahasiswa Anggota Multi Level Marketing Tianshi	Terdapat Hubungan Signifikan Antara Efikasi Dan Jiwa Kewirausahaan Dengan Pilihan Karir Wirausaha
2	Sebastianus Dhimas Rangga Saputra, Ferdinand Hindiarto	Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi Dengan Komitmen Organisasi Pada Member Perusahaan Multi Level Marketing PT Herbalife Indonesia	Terdapat Hubungan Positif yang signifikan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi Dengan Komitmen Organisasi
3	Dwi Kusuma Yuniarti	Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus Pada Multi Level Marketing Perusahaan Tianshi)	Terdapat Pengaruh yang signifikan Komunikasi Antar Pribadi Dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus Pada Multi Level Marketing Perusahaan Tianshi)
4	Dewi Komala Sari	Smart Working Orientation Dan Customer Orientation Implikasinya Terhadap Distributor PT Tianshi Cabang Surabaya Kinerja Tenaga Penjualan Multi Level Marketing	Faktor Kecerdasan Bekerja (Smart Working Orientation) Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Penjualan dan Faktor Orientasi Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Penjualan Distributor PT Tianshi Cabang Surabaya.
5	Purwo Agung Wicaksono, SE	Analisis Pengaruh Komitmen Bisnis Independent Business Owner (IBO) dan Penjualan Adaptif Terhadap Kinerja Bisnis IBO Dalam Multi Level Marketing (Studi Pada PT AMWAY di Jawa Tengah dan Yogyakarta)	Terdapat Pengaruh signifikan yang positif Komitmen Bisnis Independent Business Owner (IBO) dan Penjualan Adaptif Terhadap Kinerja Bisnis IBO Dalam Multi Level Marketing (Studi Pada PT AMWAY di Jawa Tengah dan Yogyakarta)

Kerangka Berpikir

Kewirausahaan Distributor Nu Skin



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari beberapa teknik pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dari distributor dan leader Nu Skin tentang karakteristik distributor Multi Level Marketing Nu Skin pada Walk In Center Pekanbaru akan dijelaskan dan dianalisis ke dalam 5 kategori meliputi motivasi, orientasi ke depan, kepemimpinan, jaringan usaha, tanggap dan kreatif terhadap perubahan. Analisis yang akan dijelaskan terhadap lima kategori

dikelompokkan ke dalam tiga tingkatan/level yaitu tingkat Brand Afiliate, Brand Representative dan Brand Partner yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana karakter kewirausahaan yang dimiliki dari masing-masing tingkatan.

Berdasarkan hasil analisis data dari hasil wawancara dan observasi tentang karakteristik kewirausahaan distributor Multi level Marketing pada WIC pekanbaru dapat direkapitulasi dari masing-masing level dari informan pelaku bisnis dapat digambarkan pada Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Karakteristik Entrepreneur Distributor Multi Level Marketing Pada WIC Pekanbaru

No	Kategori Karakteristik Entrepreneur	Level / Tingkatan		
		Brand Afiliate	Brand Representative	Brand Partner
1	Motivasi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
2	Orientasi Ke Depan	Sedang	Tinggi	Tinggi
3	Leadership	Rendah	Sedang	Tinggi

No	Kategori Karakteristik Entrepreneur	Level / Tingkatan		
		Brand Afiliate	Brand Representative	Brand Partner
4	Jaringan Usaha	Rendah	Sedang	Tinggi
5	Kreatif Terhadap Perubahan	Sedang	Sedang	Tinggi

Sumber : Data Olahan

Dari table diatas dapat dijelaskan terdapat perbedaan dari masing-masing level pelaku bisnis MLM Nuskin dimana sesuai data yang bahwa pada tingkatan level Brand Afiliate pelaku bisnis memiliki motivasi yang tinggi, sedang dalam orientasi ke depan , rendah dalam kepemimpinan, rendah dalam mengembangkan jaringan usaha dan sedang dalam kreatifitas. Selanjutnya pada tingkatan level Brand Representative menunjukkan bahwa pelaku bisnis MLM Nuskin memiliki motivasi yang tinggi, tinggi dalam orientasi ke depan, sedang dalam kepemimpinan, sedang dalam mengembangkan jaringan usaha dan sedang dalam kreatifitas. Dan pada posisi level Brand Partner menunjukkan bahwa pelaku bisnis MLM Nuskin memiliki motivasi yang tinggi, tinggi dalam orientasi ke depan, tinggi dalam kepemimpinan, tinggi dalam mengembangkan jaringan usaha dan tinggi kreatifitas dalam menghadapi perubahan yang terjadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan tentang karakteristik kewirausahaan distributor nuskin pada WIC kota Pekanbaru dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada tingkatan level Brand Afiliate pelaku bisnis memiliki motivasi yang tinggi, sedang dalam orientasi ke depan, rendah dalam kepemimpinan, rendah dalam mengembangkan jaringan

usaha dan sedang dalam kreatifitas.

2. Pada tingkatan level Brand Representative menunjukkan bahwa pelaku bisnis MLM Nuskin memiliki motivasi yang tinggi, tinggi dalam orientasi ke depan, sedang dalam kepemimpinan, sedang dalam mengembangkan jaringan usaha dan sedang dalam kreatifitas.
3. Pada posisi level Brand Partner menunjukkan bahwa pelaku bisnis MLM Nuskin memiliki motivasi yang tinggi, tinggi dalam orientasi ke depan, tinggi dalam kepemimpinan, tinggi dalam mengembangkan jaringan usaha dan tinggi kreatifitas dalam menghadapi perubahan yang terjadi.

Saran

1. Pada level Brand Affiliate harus memiliki target dan suatu capaian sehingga dalam menjalankan bisnis punya tujuan yang jelas dan harus terus belajar sendiri mengupgrade ilmu dan strategi menjalankan bisnis. Dan yang lebih penting lagi karena bisnis yang dijalankan adalah system MLM maka sudah seharusnya penekanannya harus memiliki kemampuan untuk menjadi seorang leader artinya harus melakukan komunikasi dan belajar terus dengan upline dan kedepannya harus mampu mengembangkan strategi untuk membangun jaringan usaha secara mandiri misalnya memprospek

- orang lain untuk menjalankan bisnis, membangun reseller atau dropshiper, strategi pemasaran offline maupun online (media social)
2. Pada level Brand Representative harus memiliki leadership yang kuat karena sudah memiliki satu atau beberapa downline yang harus dibina, dibimbing dan dimotivasi sehingga kedepannya jaringan usahanya semakin luas. Disamping itu juga harus mengupgrade ilmu bisnis, strategi-strategi bisnis kepada upline yang lebih tinggi atau mengupgrade ilmu bisnis dan strategi secara mandiri yang selanjutnya akan diinduksi kepada jaringannya dan dituntut memiliki kreatifitas yang tinggi sehingga kedepannya jaringan bisnisnya semakin berkembang
 3. Pada level Brand Partner harus berpikir untuk menjadi seorang leader yang kuat karena kunci bisnis MLM adalah membangun team work. Jadi tugasnya berpikir bagaimana jaringannya terus berkembang. Usaha yang dilakukan lebih banyak pada aspek pengembangan bisnis jaringan misalnya lebih penekanannya kepada strategi bisnis dalam mencapai sebuah kesuksesan, edukasi, motivasi, memberikan dukungan, membangun komunikasi yang baik, menciptakan teamwork yang solid.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 2014, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Penerbit
- Clothier, Peter J. (1996), *Meraup Uang Dengan Multi-Level Marketing Pedoman Praktis Menuju Network Selling Yang Sukses*”, Penerbit Gramedia, Jakarta
- Griffiths Andrew & Toms Wayne, 2011, 101 Rahasia Antigagal Membangun Bisnis Jaringan, Penerbit Tangga Pustaka , Jakarta
- Harefa, Andrias, 1998 ,*Sukses Tanpa Gelar*, Penerbit Gramedia , Jakarta
- Hadari Nawawi, 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Cetakan ke 4 , Penerbit Gajah Mada Univercity Press, Yogyakarta.
- Handoko, T Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Melayu S P, 2016, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Penerbit PT Bumi Aksara, Jakarta
- Machfoedz Masud & Mahmud, 2004, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*, Penerbit Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Meredith Geoffrey, G, 2005, *The Practice Of Entrepreneur*, International Labor Organization, Geneva.
- Riyono. B dan Zulaifah.E., 2001. *Psikologi Kepemimpinan*, Unit Publikasi Fakultas Psikologi, UGM, Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara