

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT KOTA MAKASSAR MEMILIH BISNIS MULTILEVEL MARKETING PT. MAHKOTA SUKSES INDONESIA

Andi Soraya Zainal^{*1}, Ahmad Firman²

ITB Nobel Indonesia Makassar^{1,2}

E-mail: ¹andisoraya@gmail.com, ²ahmadfirman@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui pengaruh faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system secara parsial, Untuk mengetahui pengaruh faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system secara simultan terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar dan Untuk mengetahui faktor mana dari modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar.

Penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan adalah 120 sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan data dikumpulkan menggunakan koesioner dengan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari variable modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI, Variabel modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI. variabel Tanpa Tutup Point berpengaruh paling dominan terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI. Hal tersebut karena didalam berbisnis MSI akan mendapatkan point-point tiap pembelian, ketika poin tersebut sudah mencapai reward tertentu maka poin tidak akan hangus dan akan tetap terakumulasi untuk mencapai reward yg lebih besar berikutnya.

Kata Kunci: Modal kecil, resiko kecil, komunitas positif, reward tinggi, pengembangan kepribadian

Abstract

This study aims to find out to know the influence of small capital factors; small risks; can be inherited; positive community; without a point cap; high reward, personality development; freedom of time; adding relationships; rapid dream achievement and partial support system, To find out the influence of small capital factors; small risks; can be inherited; positive community; without a point cap; high reward, personality development; freedom of time; adding relationships; the achievement of a fast dream and simultaneous support system for the interest of the community in doing MLM MSI business in Makassar City to the interest of the community in doing MLM MSI business in Makassar City and To find out which factors are from small capital; small risks; can be inherited; positive community; without a point cap; high reward, personality development; freedom of time; adding relationships; the achievement of fast dreams and the most dominant support system affect the interest of the public in doing MSI MLM

business in Makassar City.

This study the number of samples to be used is 120 samples. This study used a multiple linear regression analysis method and the data was collected using a questionnaire with a likert scale. The results of this study show that from small capital variables, small risks, can be inherited, positive community, without closing points, high rewards, personality development, freedom of time, adding relationships, rapid achievement, and support system have a positive and partial significant effect on entrepreneurial interest in PT. MSI, Small capital variable, small risk, can be inherited, positive community, no closing points, high rewards, personality development, freedom of time, adding relationships, rapid achievement, and support system have a simultaneous positive and significant effect on entrepreneurial interest in PT. MSI. .MSI. the No Close Point variable has the most dominant effect on entrepreneurial interest in PT. .MSI. This is because in doing business MSI will get points for each purchase, when the points have reached a certain reward, the points will not be forfeited and will still accumulate to achieve the next bigger reward

Makassar. **Keywords:** *Small capital, small risk, positive community, high rewards, personality development*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan saat ini menjadi sesuatu yang sangat penting untuk menjadi topik pembicaraan, hal ini dikarenakan tingkat pengangguran yang begitu besar di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) sampai tahun 2018 tingkat pengangguran di Indonesia sebesar 6,8 juta orang dari total angkatan 133,94 juta orang. Sulitnya mencari pekerjaan karena lapangan kerja yang sangat terbatas, menjadikan kewirausahaan sebagai alternatif pilihan yang terbesar saat ini.

Kita perlu memiliki semangat dan pola pikir wirausaha yang kuat dalam menjalankan perusahaan tradisional dan menjalankan bisnis Multi Level Marketing (MLM). Seorang pengusaha harus berkomitmen untuk melakukan tugasnya dalam mencapai hasil yang diantisipasi. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus selalu waspada, ulet dan tidak pernah menyerah dalam melakukan pekerjaannya (Suryana, 2006). Jiwa dan motivasi kewirausahaan akan mendorong seseorang untuk menapaki tingkatan-tingkatan karir di dunia MLM.

Multi level Marketing adalah salah satu strategi pemasaran, dengan membangun saluran distribusi, untuk memindahkan produk dan jasa langsung ke konsumen. Strategi seperti ini membuka peluang bagi seseorang yang ingin memiliki usaha sendiri.

Menurut (Sotya, 2007) Multi Level Marketing (MLM) adalah metode pemasaran untuk penjualan langsung produk melalui banyak level (level) yang biasa dikenal sebagai upline (tingkat atas) dan downline (tingkat bawah), di mana seseorang akan dinamai upline jika Anda memiliki downline. Dengan waktu kerja yang tidak dibatasi dan tidak membutuhkan modal yang besar, dan dengan membangun jaringan yang luas melalui member atau anggota tim maka akan semakin meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Ini merupakan peluang yang besar bagi masyarakat Makassar untuk mendapatkan penghasilan sendiri dalam jumlah yang besar. Meskipun berbagai tanggapan ataupun anggapan positif dan negatif terhadap keberadaan bisnis MLM (Multi Level Marketing) merebak dimasyarakat, namun pada kenyataannya ada ratusan ribu bahkan mungkin jutaan orang ikut serta dalam bisnis tersebut. Dengan jiwa dan sikap kewirausahaan yang tinggi dan etos kerja yang mumpuni, bisnis MLM memberi peluang yang sama dengan bisnis konvensional untuk menjadikan orang-orang sukses dan kaya. Mengingat bisnis MLM harus dijalankan dengan kerja keras dan memiliki etos kerja seperti halnya bisnis

konvensional. Menurut Firyanti & Oktafani (2015) faktor-faktor yang minat berbisnis MLM antara lain : tawaran penghasilan besar; penghasilan harian; kualitas produk; modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system.

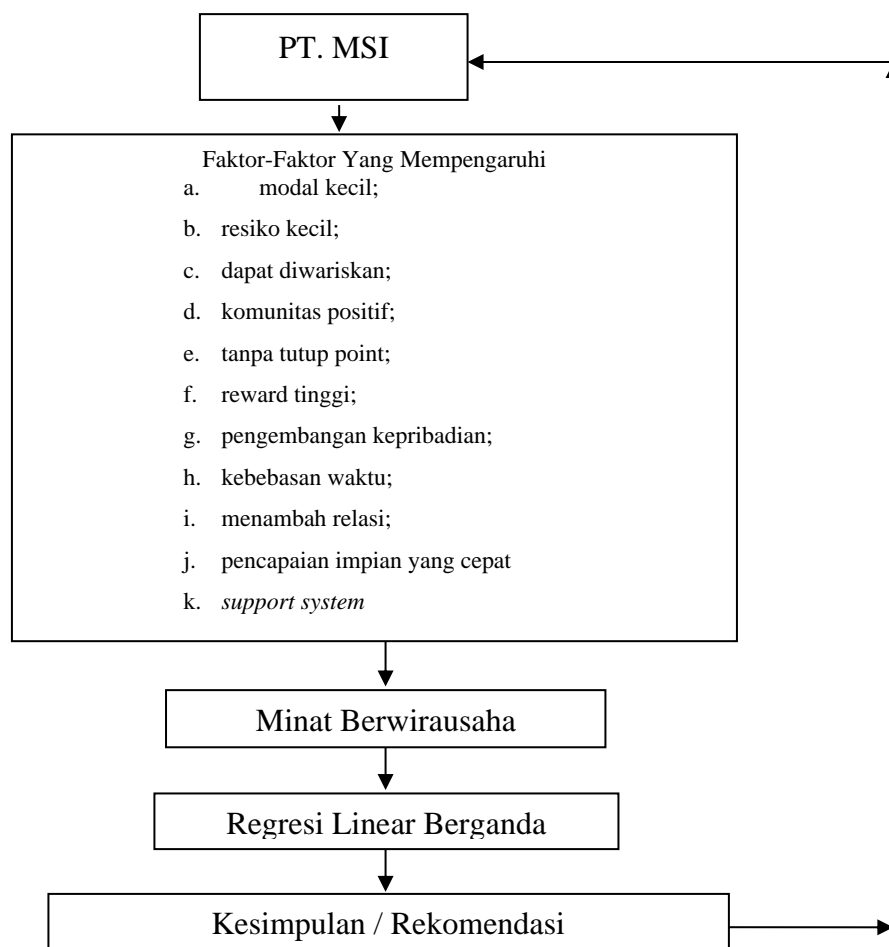
PT. Mahkota Sukses Indonesia atau disingkat MSI memiliki Marketing plan MSI sangat booming dalam beberapa tahun terakhir, hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya; tawaran penghasilan besar pada PT. MSI bisa mencapai miliaran rupiah dan yang paling kecil adalah senilai 1 (satu) juta rupiah jika member tersebut aktif menjalankan bisnisnya; penghasilan harian, yang dimaksud yakni member dapat mencairkan bonusnya setiap hari dan kapan saja mereka mau tanpa harus menunggu satu bulan atau lebih; kualitas produk MSI sudah melalui Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan kehalalannya dijamin oleh Majelis Ulama Indonesia; modal kecil, member MSI ketika bergabung hanya dengan membeli produk senilai 425 ribu rupiah atau satu paket dan otomatis terdaftar sebagai member; resiko kecil, karena setiap member yang terdaftar akan menerima produk seharga 425 ribu rupiah, jadi tingkat kerugian bisa dikatakan nol; dapat diwariskan, ketika bergabung menjadi member MSI maka akan mengisi form sebagai anggota dan dituliskan nama ahli waris yang akan menerima ketika member yang bersangkutan meninggal dunia; komunitas positif, disetiap event atau acara MSI para member akan saling memotivasi untuk bersama-sama meraih kesuksesan seperti motto MSI bersama meraih sukses; tanpa tutup point, point akan otomatis terakumulasi meskipun bonusnya sudah diterima; reward tinggi, , pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system. Dan ini menjadi kekuatan bagi PT. Mahkota Sukses Indonesia untuk tetap eksis di dunia multi level marketing (MLM). Sehingga dalam jangka waktu 4 tahun MSI memiliki member yang luar biasa banyaknya yang tersebar di seluruh Indonesia bahkan ke luar negeri. Sampai tulisan ini di publish member MSI sudah melebihi angka 1,5 juta member di seluruh Indonesia.

Menurut (Nuryasman, 2008) sebuah bisnis dikatakan bisnis impian jika memiliki 5 (lima) karakteristik: 1). Modal rendah; 2). Adanya Pengarahan; 3). Bimbingan dan dukungan; 4). Risiko kecil; 5). Pendapatan besar; 6). Ekspansi mudah. Dan multi level marketing memiliki kelima karakteristik tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu 1) Apakah faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar. 2) Apakah faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar. 3) Faktor mana dari modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan *support system* yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka variabel yang

terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dan digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir, hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu;

- menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar.
2. Faktor modal kecil; resiko kecil; dapat diwariskan; komunitas positif; tanpa tutup point; reward tinggi, pengembangan kepribadian; kebebasan waktu; menambah relasi; pencapaian impian yang cepat dan support system berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar.
 3. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat berbisnis MLM MSI di Kota Makassar adalah modal kecil

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian di Kota Makassar. Waktu penelitian dilaksanakan kurang lebih selama dua bulan. Populasi dari penelitian ini yaitu member MSI yang berdomisili di Kota Makassar yang berjumlah 1271 orang sesuai dengan data sampai tahun 2019.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel. Menurut Sugiono (2011) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dari penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan adalah 120 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu penentuan sampel secara kebetulan bila dianggap orang tersebut cocok sebagai sumber data

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Dalam validitas sebaiknya dilakukan pada setiap indikator pernyataan. Dimana $r_{tabel} = 0,199$ yang didapatkan dari rumus $df = n - k$ atau $df = 100 - 4 = 97$ dan dengan taraf signifikansi 0,05. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka indikator dikatakan valid. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	r hitung (Koefisien Korelasi)	Signifikansi	r tabel	Keterangan
X1.1	0,860	0,000	0.199	Valid
X2.1	0,940	0,000	0.199	Valid
X2.2	0,983	0,000	0.199	Valid
X3.1	0,740	0,000	0.199	Valid
X4.1	0,900	0,000	0.199	Valid
X4.2	0,924	0,000	0.199	Valid
X4.3	0,941	0,000	0.199	Valid
X5.1	0,970	0,000	0.199	Valid

Variabel	r hitung (Koefisien Korelasi)	Signifikansi	r tabel	Keterangan
X5.2	0,973	0,000	0.199	Valid
X6.1	0,911	0,000	0.199	Valid
X6.2	0,900	0,000	0.199	Valid
X7.1	0,931	0,000	0.199	Valid
X7.2	0,969	0,000	0.199	Valid
X7.3	0,890	0,000	0.199	Valid
X8.1	0,909	0,000	0.199	Valid
X8.2	0,940	0,000	0.199	Valid
X8.3	0,859	0,000	0.199	Valid
X9.1	0,823	0,000	0.199	Valid
X9.2	0,864	0,000	0.199	Valid
X9.3	0,868	0,000	0.199	Valid
X10.1	0,840	0,000	0.199	Valid
X10.2	0,826	0,000	0.199	Valid
X10.3	0,806	0,000	0.199	Valid
X11.1	0,836	0,000	0.199	Valid
X11.2	0,843	0,000	0.199	Valid
X11.3	0,830	0,000	0.199	Valid
Y1	0,727	0,000	0.199	Valid
Y2	0,805	0,000	0.199	Valid
Y3	0,800	0,000	0.199	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas dapat diketahui semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, yang artinya semua item kuesioner tersebut dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

Uji Reliabilitas

Pengambilan keputusan realibilitas suatu variabel ditentukan dengan membandingkan nilai Croncbach’s alpha dengan nilai 0,6. Apabila Croncbach’s alpha > 0,6 maka item-item kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai alpha lebih kecil dari r tabel maka item-item yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai α	Reliabilitas	Keterangan
1.	X1	0,850	0,600	Reliabel
2.	X2	0,874	0,600	Reliabel
3.	X3	0,835	0,600	Reliabel
4.	X4	0,868	0,600	Reliabel
5.	X5	0,926	0,600	Reliabel

6.	X6	0,896	0,600	Reliabel
7.	X7	0,827	0,600	Reliabel
8.	X8	0,859	0,600	Reliabel
9.	X9	0,845	0,600	Reliabel
10.	X10	0,830	0,600	Reliabel
11.	X11	0,838	0,600	Reliabel
12.	Y	0,831	0,600	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa masing – masing nilai Croncbach’s alpha variabel diatas berada diatas 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel atau diterima.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun hasil pengolahan data dengan menggunakan IMB SPSS 25 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji analisis Linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2.214	.132
X1	1.123	.039
X2	1.065	.029
X3	1.069	.029
X4	1.072	.033
X5	1.203	.048
X6	1.074	.035
X7	1.093	.042
X8	1.080	.030
X9	1.069	.034
X10	1.092	.040
X11	1.056	.027

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan koefisien regresi pada Tabel 4.1 maka persamaan regresi yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y=2.214+1.123X1+1.065X2+1.069X3+1.072X4+1.203X5+1.074X6+1.093X7+1.080X8+1.069X9+1.092X10+1.056X11+e$$

Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menginterpretasikan hasil analisis regresi berganda. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan dan secara parsial. Hasil analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui pengaruh modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpatutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system terhadap minat berwirausaha

Tabel 4. Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Koefisien		Signifikansi	t Tabel	A
	B	Std. Error			
Konstanta	2.214	0.132	0.107	2.017	0.05
X1	1.123	0.039	0.002	2.017	0.05
X2	1.065	0.029	0.025	2.017	0.05
X3	1.069	0.029	0.020	2.017	0.05
X4	1.072	0.033	0.030	2.017	0.05
X5	1.203	0.048	0.000	2.017	0.05
X6	1.074	0.035	0.037	2.017	0.05
X7	1.093	0.042	0.031	2.017	0.05
X8	1.080	0.030	0.007	2.017	0.05
X9	1.069	0.034	0.044	2.017	0.05
X10	1.092	0.040	0.024	2.017	0.05
X11	1.056	0.027	0.036	2.017	0.05

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, dengan uji t (dalam hal ini untuk menguji pengaruh secara parsial) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan sebagai berikut:

- a. Variabel Modal Kecil dalam proses pengembangan Minat Berwirausaha (X1) memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,002. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel Modal Kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
- b. Variabel Risiko kecil memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,025. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel risiko kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
- c. Variabel Dapat diwariskan memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,020. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial

- variabel dapat diwariskan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
- d. Variabel Komunitas Positif memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,030. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel komunitas positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha
 - e. Variabel TanpaTutup Point memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,000. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel tanpa tutup point berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - f. Variabel Reward Tinggi memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,037. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel reward tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - g. Variabel Pengembangan kepribadian memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,031. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel pengembangan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - h. Variabel Kebebasan Waktu memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,007. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel Kebebasan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - i. Variabel Menambah Relasi memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,044. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel menambah relasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - j. Variabel Pencapaian Impian yang Cepat memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,024. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel pencapaian impian yang cepat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
 - k. Variabel Support System memiliki tingkat signifikansi (sig t) sebesar 0,036. Nilai ini kurang dari α ($=0,05$), maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial variabel Support System berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system terhadap variable dependen yaitu minat berwirausaha secara simultan. Apabila $H_0: \beta_1: \beta_2 : \beta_k = 0$; maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara simultan modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system tidak mempunyai pengaruh terhadap minat berwirausaha pada PT.MSI. Jika H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system terhadap minat berwirausaha pada P.MSI.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.685	11	2.971	139.149	.000 ^b
	Residual	2.306	108	.021		
	Total	34.992	119			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X11, X3, X8, X1, X6, X2, X9, X10, X4, X7, X5

Sumber: *Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan perhitungan secara simultan diperoleh F hitung sebesar 139.149 dan Signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima karena probabilitas F kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($139.149 > 2,63$). Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel-variabel independen yang terdiri dari modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI.

Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t hitung $>$ t tabel, selanjutnya dikatakan signifikan karena tingkat signifikansi dari semua variabel independen lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya pengujian secara simultan, diketahui bahwa nilai f hitung $>$ f tabel, dan nilai signifikansi $<$ 0,05. Dan dapat disimpulkan bahwa pengujian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Dan

terakhir pengujian koefisien determinasi, pengujian determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel-variabel independen menerangkan seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen. Diketahui bahwa nilai r^2 sebesar 0,927 hal tersebut berarti variabel-variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Siagian, 2016) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis STIE Mikroskil Dalam Keikutsertaan Bisnis Multi Level Marketing . Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan modal yang kecil, waktu yang fleksibel, tidak membutuhkan pengalaman dan dapat menentukan penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa pada STIE Mikroskil terhadap minat mahasiswa ikut serta dalam bisnis multi level marketing. Secara parsial modal yang kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Secara parsial waktu yang fleksibel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan mahasiswa. Secara parsial tidak membutuhkan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Secara parsial dapat menentukan penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa dengan dapat menentukan penghasilan memberikan dampak positif pada peningkatan keputusan mahasiswa.

Selanjutnya penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luailiyah tahun 2018 dengan tema Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT. Veritra Sentosa Internasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa figur ulama dan waktu yang fleksibel berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan atribut produk islam, promosi dan tawaran penghasilan tidak berpengaruh signifikan

KESIMPULAN

1. Masing-masing dari variabel modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI.
2. Variabel modal kecil, risiko kecil, dapat diwariskan, komunitas positif, tanpa tutup point, reward tinggi, pengembangan kepribadian, kebebasan waktu, menambah relasi, pencapaian yang cepat, dan support system berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI.
3. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan hasil variabel Tanpa Tutup Point berpengaruh paling dominan terhadap minat berwirausaha pada PT. MSI. Hal tersebut karena didalam berbisnis MSI akan mendapatkan point-point tiap pembelian, ketika poin tersebut sudah mencapai reward tertentu maka poin tidak akan hangus dan akan tetap terakumulasi untuk mencapai reward yg lebih besar berikutnya.

SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya, perlu memperluas objek penelitian, bukan hanya satu perusahaan saja sehingga lebih dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan. Juga perlu menambah populasi penelitian agar data

- yang lebih kompleks dapat terbaca dengan mudah.
2. Juga bagi peneliti selanjutnya, perlu ditambahkan metode wawancara pada saat pengumpulan data untuk menghindari kemungkinan bias atau obyektid dari responden dalam mengisi kuesioner.
 3. Bagi akun PT.MSI dapat meningkatkan minat berwirausaha masyarakatlagi dengan terus melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap sistem yang sesuai dengan lingkungan intenr perusahaan dan prosedur yang telah ditetapkan, sehingga dapat terus bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adithama, P.P. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomimika dan Bisnis UNDIP Semarang). Skripsi.
- Drucker, P. F. (1994). *Innovation and Entrepreneurhip*. New York:Harpercollins Publisher.
- Faisol, Muhammad. (2003). *MLM Ideal Antara Konsep dan Strategi*, Bahana Mandiri Sentosa, Jakarta.
- Firyanti, Izza, & Oktafani, F. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbisnis dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus Member PT. Melia Sejahtera). *E-Proceeding of Management : Vol.2, No.1 April 2015, Page 716*.
- Gage, Randy. (2005). *How to build a Multi Level money machine ; dari a-z tentang MLM dan bagaimana MLM mewujudkan mimpi anda*. Gramedia Pustaka Utaoma, Jakarta.
- Hanafi, R., & Pranata, A.A.A. (2014). Peranan Harga dan Produk Dalam Keputusan Menjadi Anggota Multi Level Marketing Sophie Paris Indonesia. *Ekomaks Volume 3 No. 1 Maret 2014*.
- Longnecker, J., & Carlos, W. M., & Petty, W. J. (2001). *Kewirausahaan manajemen usaha kecil. Terjemahan thomson learning*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luailiyah, Zahiratul. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT. Veritra Sentosa Internasional. digilib.uin-suka.ac.id (online), diakses Tanggal 12 Januari 2020.
- Nuryasman, MN. (2008). Multi Level Marketing Sebuah Bisnis Idaman. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Tarumanegara*.
- Saleh, R.A., & Wahab, A.M. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta. Kencana.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 2*. Jakarta. Salemba Empat.

- Siagian, H. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis STIE Mikroskil dalam Keikutsertaan Bisnis Multi Level Marketing, *Business Management Journal Vol. 12 No. 1 Maret 2016*.
- Siregar, Syofian. (2012). Metode Penelitian Kauntitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta. Prenadamedia Grup.
- Sotya. (2007). Pengertian Seputar Multi Level Marketing. [Http ://Onebizymama.Com/2007/06/04/Pengertian-Seputar-Multi-Level-Marketing/](http://Onebizymama.Com/2007/06/04/Pengertian-Seputar-Multi-Level-Marketing/).
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kauntitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendekatan Kauntitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis. Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta. BPFE, Yogyakarta.
- Wahyudi, F. (2017). Mutli Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah, *Jurnal Al-Banjari*, Vol. 13, No. 2, Juli-Desember 2014, hal. 166-167, <http://www.jurnal.iain-antasari.ac.id/index.php/al-banjariarticleviewFile396309>, Diakses pada 16 Februari 2019