

PENGARUH MULTI LEVEL MARKETING TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA DAN JIWA KEWIRAUSAHAAN

Oleh :

Febri Tri Intan Azhana

BINUS Bandung

Email: febri.tri@binus.ac.id

Article Info

Article History :

Received 16 Nov - 2022

Accepted 25 Nov - 2022

Available Online

30 Nov – 2022

Abstract

Many students start an MLM business as an option to increase their income without having to always ask their parents and not interfere with lecture activities because there are no working hours in the MLM business system. So that this MLM business can increase enthusiasm in developing an entrepreneurial spirit. It is interesting to study more deeply about the role of MLM in developing the spirit of entrepreneurship and increasing work productivity. This research is included in the descriptive quantitative research. The data analysis technique in this study uses Partial Least Square (PLS). This research was conducted at the AFC Life Science Company. The sampling technique in this study was random sampling so that in this study 100 samples were obtained. The results of this study explain that the entrepreneurial spirit is influenced by multi-level marketing by 74.5% and the rest is influenced by variables that have not been explained in this study. Work productivity is influenced by multi-level marketing by 66.4% and the rest is influenced by variables that have not been explained in this study.

Keyword :

Multi Level Marketing, Work

Productivity, Entrepreneurial

Spirit

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi, persaingan mencari kerja semakin kompetitif sementara lapangan pekerjaan yang ditawarkan juga terbatas, menuntut siswa dan kaum muda harus lebih berpikir kreatif (Aprillianita et al., 2020). Semangat entrepreneurship ini sudah menjadi tuntutan zaman, meski ada juga sebagian pihak yang menjadikan kewirausahaan ini sebagai trend saja (Khalid et al., 2019). Majunya suatu negara dapat dilihat dari banyaknya wirausahawan di negara tersebut, semakin banyak jumlah wirausahawan semakin besar harapan masyarakat usia kerja dapat memperoleh pekerjaan sesuai dengan keahlian, sehingga dapat mengangkat derajat hidup masyarakat suatu negara, karena akan tercipta lapangan pekerjaan dan akan mengurangi tingkat pengangguran (Pugazhendhi, 2019).

Wirausaha diyakini sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi, serta wirausaha juga dianggap sebagai inovator dalam pengembangan ekonomi.

Tingginya persentase jumlah wirausaha di suatu negara maka perekonomian negara tersebut akan tumbuh dengan baik

(Aprillianita et al., 2020). Untuk menjadi seorang wirausaha tentu saja terlebih dahulu didalam jiwa orang tersebut terdapat jiwa wirausaha.

Jiwa kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan dalam upaya menciptakan nilai tambah, dengan menangkap peluang bisnis dan mengelola sumber daya untuk mewujudkannya (Sofyan, 2019).

Produktivitas kerja karyawan bagi suatu perusahaan sangatlah penting sebagai alat pengukur keberhasilan dalam menjalankan usaha (Ningrum, 2017). Karena semakin tinggi produktivitas kerja karyawan dalam perusahaan, berarti laba perusahaan dan produktivitas akan meningkat. Produktivitas mengandung pengertian filosofis dan definisi kerja (Pramono, 2020). Secara filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Keadaan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan mutu kehidupan besok harus lebih baik dari hari ini.

Pandangan hidup dan sikap mental yang demikian akan mendorong manusia untuk

tidak cepat merasa puas, akan tetapi terus mengembangkan diri dan meningkatkan kemampuan kerja (Mbate'e, 2020). Banyak secara signifikan. Hanya beberapa saja yang berkompentensi dan memiliki mental kuat dapat eksis dalam dunia kewirausahaan.

Di tengah masalah tersebut, datanglah sebuah sistem bisnis yang dapat menjanjikan keberhasilan financial dengan sistem pemasaran berjenjang yang dinilai dapat mendorong kemampuan seseorang di bidang marketing yang merupakan salah satu hal yang mendasari entrepreneurial yaitu, Multilevel Marketing (MLM) (Effendi et al., 2019).

MLM bukan bisnis yang baru, menurut Jajang & S, (2017) sudah sejak abad 19 bisnis ini muncul, tapi masih belum berdampak dan berkembang di Indonesia karena kondisi Indonesia yang belum memadai dan masih belum berkembangnya isu tentang entrepreneurship. Seiring berjalannya waktu, perjalanan bisnis MLM pun terus berkembang di Indonesia dengan memanfaatkan trend kewirausahaan yang ada (Saefuloh, 2020).

Pada dasarnya MLM atau Multilevel Marketing adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung (distributor). Harga barang yang ditawarkan pada konsumen adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi (Septiana, 2018). Sistem bisnis ini akhirnya mulai banyak dipilih oleh beberapa kalangan sebagai alternatif kegiatan bisnis termasuk mahasiswa/pelajar.

Mahasiswa banyak memulai bisnis MLM sebagai pilihan untuk meningkatkan pendapatan mereka tanpa harus selalu meminta kepada orang tua dan tidak mengganggu aktivitas perkuliahan karena tidak ada jam kerja pada sistem bisnis MLM (Jajang & S, 2017). Sehingga bisnis MLM ini dapat meningkatkan semangat dalam mengembangkan jiwa entrepreneur. Hal ini menarik untuk dikaji lebih dalam mengenai bagaimana peran MLM dalam mengembangkan semangat entrepreneurship dan meningkatkan produktivitas kerja.

2. KAJIAN PUSTAKA

Multi Level Marketing

MLM adalah sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara perusahaan yang bergerak dalam industri MLM hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah

program pemerintah untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship guna mencetak wirausaha baru terkadang tidak bertumbuh terdaftar (member), tidak melalui agen/ penyalur, selain itu perusahaan juga memberi kesempatan bagi setiap konsumen yang telah terdaftar (member) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur (Rahmah et al., 2017). Dengan cara ini, maka konsumen akan berfungsi ganda di mata perusahaan, pertama ia menjadi konsumen dan kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya.

MLM ini disebut juga sebagai network marketing, disebut demikian sebab anggota kelompok tersebut semakin meningkat sehingga membentuk jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekelompok orang yang kerjanya melakukan pemasaran (Latifah et al., 2021). Kadang-kadang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau direct selling. Pendapatan ini didasari oleh pelaksanaan penjualan MLM yang memang dilakukan secara langsung oleh wiranagia kepada konsumen, tidak melalui perantara lagi, tidak melalui toko swalayan, kedai atau warung, tetapi langsung kepada pembeli (Kurniawan, 2018).

Di Indonesia, saat ini penjualan langsung atau direct selling, banyak yang single level maupun multi level bergabung dalam suatu asosiasi yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Organisasi ini merupakan bagian dari world Fedetion Direct Selling Association (WFDSA) (Alfin, 2018).

Variabel	Indikator
Multi Level Marketing	Memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan Merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh pelanggan Membangun program pemasaran terintegrasi yang memberikan nilai Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan keuntungan Membangun hubungan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan

Produktivitas Kerja

Produktivitas adalah ukuran sampai sejauh mana sebuah kegiatan mampu mencapai target kuantitas dan kualitas yang telah ditetapkan. Peningkatan produktivitas merupakan dambaan setiap perusahaan. Produktivitas mengandung pengertian yang

berkenaan dengan konsep ekonomis, filosofis, dan system (Bindarto, 2020).

Konsep ekonomis, produktivitas berkenaan dengan usaha atau kegiatan manusia untuk menghasilkan barang atau jasa yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan hidup manusia dan masyarakat pada umumnya (Lukman, 2016). Konsep filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan dimana keadaan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan mutu kehidupan hari esok harus lebih baik dari hari ini. Hal ini yang memberi dorongan untuk berusaha dan mengembangkan diri.

Konsep sistem, memberikan pedoman pemikiran bahwa pencapaian suatu tujuan harus ada kerja sama atau keterpaduan dari unsur unsur yang relevan sebagai sistem (Supit et al., 2017).

Dimensi	Indikator
Efektivitas yang mengarah kepada pencapaian unjuk kerja yang maksimal	kualitas, kuantitas, dan waktu
Efisiensi	membandingkan input dengan realisasi penggunaannya dan bagaimana pekerjaan itu dilaksanakan

Jiwa Kewirausahaan

Menurut Susi Sulastris dalam Panggabean & Novia, (2022) “Jiwa Kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan dalam upaya menciptakan nilai tambah, dengan menangkap peluang bisnis dan mengelola sumber daya untuk mewujudkannya.” Suryana dalam Gunawan & Harry, (2020) mengatakan bahwa “Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan.” Jiwa kewirausahaan menurut Nurcholis Madjid dalam Gunawan & Harry, (2020) adalah “etos yang mengarah adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis”.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan Jiwa Kewirausahaan adalah para pelaku usaha yang bersifat kreatif dan inovatif yang mampu memanfaatkan peluang dan berani mengambil risiko untuk mengembangkan usahanya dan mewujudkan keinginannya dimasa yang akan datang. dari hasil penelitian

terdahulu hasil penelitian dari Yohanes Rante Gunawan & Harry, (2020) menyebutkan indikator jiwa kewirausahaan adalah sebagai berikut :

Variabel	Indikator
Jiwa Kewirausahaan	1. Kemauan/daya juang
	2. Disiplin
	3. Kerja keras
	4. Jujur
	5. Tekun
	6. Ulet
	7. Komunikatif
	8. Berani mengambil risiko
	9. Jeli
	10. Inovatif

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif deskriptif. Sugiyono, (2017) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif. Menurut Sarstedt et al., (2020) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang kita teliti.

Melalui angket dan sebagainya kita mengumpulkan data untuk menguji hipotesis atau menjawab suatu pertanyaan. Melalui penelitian deskriptif ini peneliti akan memaparkan yang sebenarnya terjadi mengenai keadaan sekarang ini yang sedang diteliti. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan AFC Life science. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling sehingga dalam penelitian ini didapatkan sampel penelitian ini adalah 100.

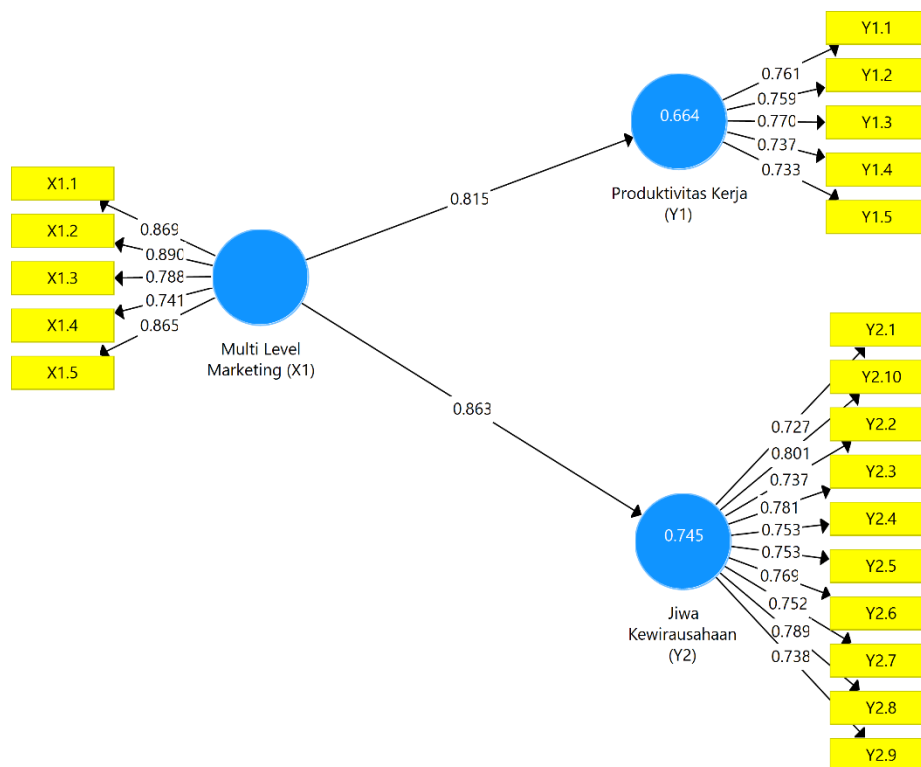
Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). PLS merupakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau componentbased structural equation modeling. Menurut Sarstedt et al., (2020), tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (prediction). PLS merupakan metode analisis yang powerfull oleh karena tidak mengasumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sample kecil (Hair et al., 2019).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk

menjamin bahwa pengukuran yang digunakan akurat dan dapat diandalkan (valid and reliabel). Pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada: Pertama, Convergent Validity adalah metrik yang dinilai dalam

Uji Instrumen	Uji yang digunakan
Uji Validitas	Convergent Validity AVE
Uji Reliabilitas	Cronbach Alpha Composite Reliability



kaitannya dengan korelasi antara skor item/komponen dan skor konstruk, seperti yang terlihat pada faktor pemuatan standar yang menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item yang diukur dan konstraknya. Jika berkorelasi, pengukuran refleksi individu dikatakan tinggi jika > 0.7 (Yusup, 2018).

Kedua, Validitas diskriminan adalah model pengukuran dengan indeks refleksi yang dinilai berdasarkan ukuran dan konstruk cross-loading. Validitas diskriminan, yaitu membandingkan root mean square of variance (AVE) yang diekstraksi, suatu alat dinyatakan valid jika nilai AVE-nya > 0.5 .

Ketiga, Composite reliability merupakan ukuran suatu struktur yang dapat dilihat dari segi koefisien variabel laten. Dalam pengukuran ini, jika tercapai nilai > 0.70 maka konstruksi tersebut dapat dikatakan memiliki keandalan yang tinggi.

Keempat, Cronbach's Alpha adalah uji reliabilitas yang dirancang untuk memperkuat hasil reliabilitas komposit. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha > 0.7 .

Pengujian Instrumen

Uji R Square

R-square konstruk dependen digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen spesifik terhadap variabel laten dependen, yang menampilkan besarnya pengaruh (Rozanda & Masriana, 2017).

Analisa Inner Model

Analisis Model Dalam, juga dikenal sebagai Model Struktural, adalah teknik untuk memprediksi hubungan sebab akibat antara variabel model (Thamrin & Riyanto, 2020). Hipotesis diuji selama analisis model dalam dalam pengujian Smart PLS. Nilai t-statistik dan nilai probabilitas dapat ditunjukkan dalam mengevaluasi hipotesis (Syahsudarmi, 2018). Hasil t-statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan nilai statistik adalah 1,96 untuk alpha 5 persen, sedangkan skor beta digunakan untuk mengetahui arah pengaruh hubungan antar variabel. Adapun kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah :

$H_a = t\text{-statistik} > 1.96$ dengan skor p-values < 0.05 .

$H_0 = t\text{-statistik} < 1.96$ dengan skor p-values > 0.05 .

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner (Sweetenia et al., 2019). Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan convergent validity dan AVE. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0.05 dan nilai outer loading (>0.6).

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur

Tabel 1. Hasil uji Validitas instrument

Variabel	Indikator	AVE	Outer Loading	Valid
Multi-Level Marketing (X1)	X1.1	0.693	0.869	Valid
	X1.2		0.890	Valid
	X1.3		0.788	Valid
	X1.4		0.741	Valid
	X1.5		0.865	Valid
Produktivitas Kerja (Y1)	Y1.1	0.566	0.761	Valid
	Y1.2		0.759	Valid
	Y1.3		0.770	Valid
	Y1.4		0.737	Valid
	Y1.5		0.733	Valid
Jiwa Kewirausahaan (Y2)	Y2.1	0.578	0.727	Valid
	Y2.10		0.801	Valid
	Y2.2		0.737	Valid
	Y2.3		0.781	Valid
	Y2.4		0.753	Valid
	Y2.5		0.753	Valid
	Y2.6		0.769	Valid
	Y2.7		0.752	Valid
	Y2.8		0.789	Valid
	Y2.9		0.738	Valid

Uji Reliabilitas

Peneliti menggunakan 2 jenis uji reliabilitas yakni uji Cronbach Alpha dan Uji Composite Reliability. Cronbach Alpha mengukur nilai terendah (lowerbound) reliabilitas (Iman & Natasya, 2022). Data dinyatakan baik jika data tersebut memiliki nilai Cronbach alpha >0.7.

Sedangkan composite reliability mengukur nilai reliabilitas yang sebenarnya dari suatu variabel. Data dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi apabila memiliki skor composite reliability >0.7.

Uji R-Square

Uji R-Square Coefficient determination (R-Square) dipakai dalam pengukuran untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya (Siagian et al., 2019). Berdasarkan analisis data yang dilakukan melalui penggunaan program smartPLS, didapatkan nilai R-Square sebagaimana yang tertera pada tabel di bawah ini:

	R Square	R Square Adjusted
Jiwa Kewirausahaan (Y2)	0.745	0.743
Produktivitas Kerja (Y1)	0.664	0.661

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh skor r square untuk jiwa kewirausahaan sebesar 0.745 yang artinya jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh *multi-level marketing* sebesar 74.5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Kemudian, skor r square untuk produktivitas kerja sebesar 0.664 yang artinya produktivitas kerja dipengaruhi oleh *multi-*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Jiwa Kewirausahaan (Y2)	0.919	0.932
Multi Level Marketing (X1)	0.888	0.918
Produktivitas Kerja (Y1)	0.808	0.867

level marketing sebesar 66.4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Multi Level Marketing (X1) -> Jiwa Kewirausahaan (Y2)	0.863	41.558	0.000
Multi Level Marketing (X1) -> Produktivitas Kerja (Y1)	0.815	26.705	0.000

Multi Level Marketing (X1) memengaruhi Jiwa Kewirausahaan (Y2)

Hasil pengujian hipotesis multi level marketing terhadap jiwa kewirausahaan mendapatkan skor ($p=0.863$) dengan p values 0.000 ($p<0.05$) dan t statistik sebesar 41.558 ($p>1.96$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel multi level marketing dengan jiwa kewirausahaan. Semakin baik *multi level marketing* maka akan semakin baik jiwa kewirausahaan Ikhwan Izzat Zulkefli et al., (2018) menyebutkan hal yang sama yaitu terdapat hubungan antara *multi level marketing* dengan jiwa kewirausahaan.

Penelitian Prihast et al., (2018) juga menyebutkan bahwa *multi level marketing* terhadap Jiwa Kewirausahaan menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan MLM terhadap Jiwa Kewirausahaan komunitas *Great One Club* Kantor Wilayah Oriflame Surabaya.

Multi Level Marketing (X1) memengaruhi Produktivitas Kerja (Y1)

Hasil pengujian hipotesis *multi level marketing* terhadap produktivitas kerja mendapatkan skor ($p=0.815$) dengan p values 0.000 ($p<0.05$) dan t statistik sebesar 26.705 ($p>1.96$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel *multi level marketing* dengan produktivitas kerja.

Semakin baik *multi level marketing* maka akan semakin baik produktivitas kerja. Prihast et al., (2018) menyebutkan bahwa *multi level marketing* memengaruhi produktivitas kerja.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh *multi-level marketing* sebesar 74.5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Produktivitas kerja dipengaruhi oleh *multi-level marketing* sebesar 66.4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

6. REFERENSI

Pugazhendhi, D. P. (2019). Problems, Challenges and Development of Women Entrepreneurs.

Emperor Journal of Economics and Social Science Research.

<https://doi.org/10.35338/ejessr.2019.1407>

Alfin, A. (2018). Syari'atisasi Sistem Multi-Level Marketing (Tinjauan Terhadap aplikasi Multi-akad dalam kinerja PT. Mitra Permata Mandiri). *Al Hurriyah: Jurnal Hukum Islam*.

Aprillianita, P. Y., Ahman, E., & Kodri, K. (2020). Internalisasi soft skills dan minat kewirausahaan dalam pembentukan jiwa kewirausahaan. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*.

<https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4578>

Bindarto. (2020). PENGARUH PENGAWASAN TERHADAP PENINGKATAN PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. SIMPATIK CITRA ADI SARANA UNAAHA KABUPATEN KONAWE. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027> <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>

Effendi, W. J. C., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Penjualan Produk Serum Vitamin C Salisa. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25516.73-82>

Gunawan, & Harry. (2020). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Nasi Jamblang Di Kota Cirebon* [Univesitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3783/>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Ikhwan Izzat Zulkefli, M., Nuri Al-Amin Endut, M., Ridhuan Tony Lim Abdullah, M., & Baharuddin, A. (2018). Towards ensuring inter-religious harmony in a multi-religious society of Perak. *SHS Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/2018530400>

- Iman, E. C. N., & Natasya, A. (2022). Implementasi Customer Service BRI melalui Instagram untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 1–14.
- Jajang, D., & S, S. (2017). PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR PADA DISTRIBUTOR MULTI LEVEL MARKETING DI PT TRENI BANDUNG. *SINTESA STIE SEBELAS*.
- Khalid, N., Islam, D. M. Z., & Ahmed, M. R. M. (2019). Sentrepreneurial training and organizational performance: Implications for future. *Humanities and Social Sciences Reviews*.
<https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7270>
- Kurniawan, D. (2018). STUDI TENTANG PENEGAKAN HUKUM TERHADAP KEGIATAN MONEY GAME BERKEDOK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING. *EPrints UNISKA*, 2–5. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/4482/1/artikell> dedy kurniawan.pdf
- Latifah, U., Baihaqi, Y., & Jayusman, J. (2021). Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing. *Asas*, 3(1), 1–23.
<https://doi.org/10.24042/asas.v13i2.11276>
- Lukman, A. (2016). PENGARUH PRAKTIK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PETERNAK AYAM POTONG PT.MITRA GEMUK BERSAMA (MGB) DI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*.
- Mbate'e, M. M. (2020). Peranan Kedisiplinan Kerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai Di Pustu Desa Botolakha Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.136>
- Ningrum, M. A. (2017). Peran Keluarga dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan (Teori Dan Praktik)*.
<https://doi.org/10.26740/jp.v2n1.p39-43>
- PANGGABEAN, & NOVIA, T. (2022). PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA TENUN SONGKET TARUTUNG DI DESA LUMBAN SIAGIAN JAE. *Reposotory Universitas HKBP Nommensen*, 2(3), 1–10.
- Pramono, T. S. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v1i6.216>
- Prihastha, Sembadra, & Lailatus. (2018). PENGARUH PERSEPSI, SIKAP, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI PEBISNIS MULTI LEVEL MARKETING BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA. *UIN SATU Tulungagung*.
<http://repo.uinsatu.ac.id/8842>
- Rahmah, L., Juandi, W., & Shaleh, M. (2017). Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus Pada Member MLM 4Jovem di Situbondo). *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*.
<https://doi.org/10.35316/istidlal.v1i2.102>
- Rozanda, N., & Masriana, A. (2017). Perbandingan Metode HOT FIT dan TAM dalam mengevaluasi penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi Dan Industri*.
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*.
<https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J. H., Ting, H., Moisescu, O. I., & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*.
<https://doi.org/10.1177/1354816618823921>
- Septiana, N. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PERSONAL SELLING ANGGOTA PAYTREN DALAM MELAKUKAN NETWORK MARKETING DI PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau (JOM FISIP UNRI)*, 5(1), 1–14.
- Siagian, M., Kurniawan, P. H., & Hikmah, H. (2019). ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA BATAM. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.107>
- Sofyan, M. (2019). Faktor-Faktor yang

- Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan Pegawai Bank Perkreditan Rakyat. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i3.586>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.
- Supit, C., Pelleng, F., & Kalangi, J. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Astra International Daihatsu & Dso Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis UNSRAT*, 5(1), 1–7.
- Sweetenia, A. M., Caesari, E. P. A., Aprillia, A. F., & Purwantini, A. H. (2019). PENGARUH KOMPETENSI, SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL, DAN KUALITAS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN TERHADAP AKUNTABILITAS PEMERINTAH DESA. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2752>
- Syahsudarmi, S. (2018). PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI BENGKALIS DI PEKANBARU. *Journal Development*. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i1.67>
- Thamrin, M., & Riyanto, S. (2020). Aplikasi metode sem-pls dalam pengelolaan sumberdaya pesisir dan lautan. *IOSR Journal of Dental and Medical Sciences*.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>