

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BERWIRSAUSAHA MAHASISWA IAIN PONOROGO DALAM
MELAKUKAN BISNIS MLM PADA PT. NASA**

SKRIPSI



Oleh:

Bitsari Zulfa Huwaida

NIM 401190236

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

P O N O R O G O

ABSTRAK

Huwaida, Bitsari Zulfa. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam Melakukan Bisnis MLM pada PT NASA. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ruliq Suryaningsi, M.Pd.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing, Personal, Sociological, Environmental, Keputusan Berwirausaha*

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan wirausaha adalah faktor *personal, sosiological, dan environmental*. Namun berdasarkan dari hasil wawancara, mahasiswa IAIN Ponorogo yang bergabung menjadi member di PT NASA mengatakan bahwa keputusannya bergabung menjadi member bertentangan dengan kenyataan yang ada. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor *personal, sosiological, dan environmental* terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA secara parsial dan simultan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel mahasiswa sebanyak 60 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah quota sampling yang dilakukan dengan cara memperhitungkan dan menentukan jumlah sampel yang sesuai, yang dapat mewakili populasi sampai jumlah kuota yang diinginkan dapat terpenuhi. Pengolahan dan analisis data menggunakan bantuan SPSS 29. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Dari Penelitian ini, diperoleh hasil: (1) Faktor *personal* berpengaruh negatif terhadap variabel keputusan berwirausaha mahasiswa IAIN Ponorogo. (2) Faktor *sociological* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel keputusan berwirausaha mahasiswa IAIN Ponorogo. (3) Faktor *environmental* berpengaruh negatif terhadap variabel keputusan berwirausaha mahasiswa IAIN Ponorogo. (4) Variabel faktor *personal, sosiological, dan environmental* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel keputusan berwirausaha mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA.

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Bitsari Zulfa Huwaida	401190236	Ekonomi Syariah	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Dalam Melakukan Bisnis MLM Pada PT NASA

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 4 Mei 2023

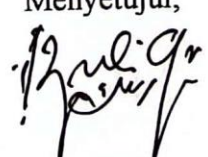
Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Suhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 19781122006041002

Menyetujui,


Ruliq Suryaningsih, M. Pd.
NIDN 2020068801



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha
Mahasiswa IAIN Ponorogo Dalam Melakukan Bisnis MLM
Pada PT NASA

Nama : Bitsari Zulfa Huwaida

NIM : 401190236

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. Shinta Maharani, M.AK.
NIP. 19790525200312202

(*Shinta Maharani*)

Penguji I
Yunaita Rahmawati, M.Si.
NIP. 198406042019032012

(*Yunaita Rahmawati*)

Penguji II
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.
NIDN. 2020068801

(*Ruliq Suryaningsih*)

Ponorogo, 4 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bitsari Zulfa Huwaida

NIM : 401190236

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Dalam Melakukan Bisnis MLM Pada PT. NASA

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing, selanjutnya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 23 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan



Bitsari Zulfa Huwaida

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Bitsari Zulfa Huwaida

NIM : 401190236

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BERWIRAUSAHA MAHASISWA IAIN PONOROGO DALAM MELAKUKAN
BISNIS MLM PADA PT NASA**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang saya rujuk sumbernya.

Ponorogo, 4 Mei 2023

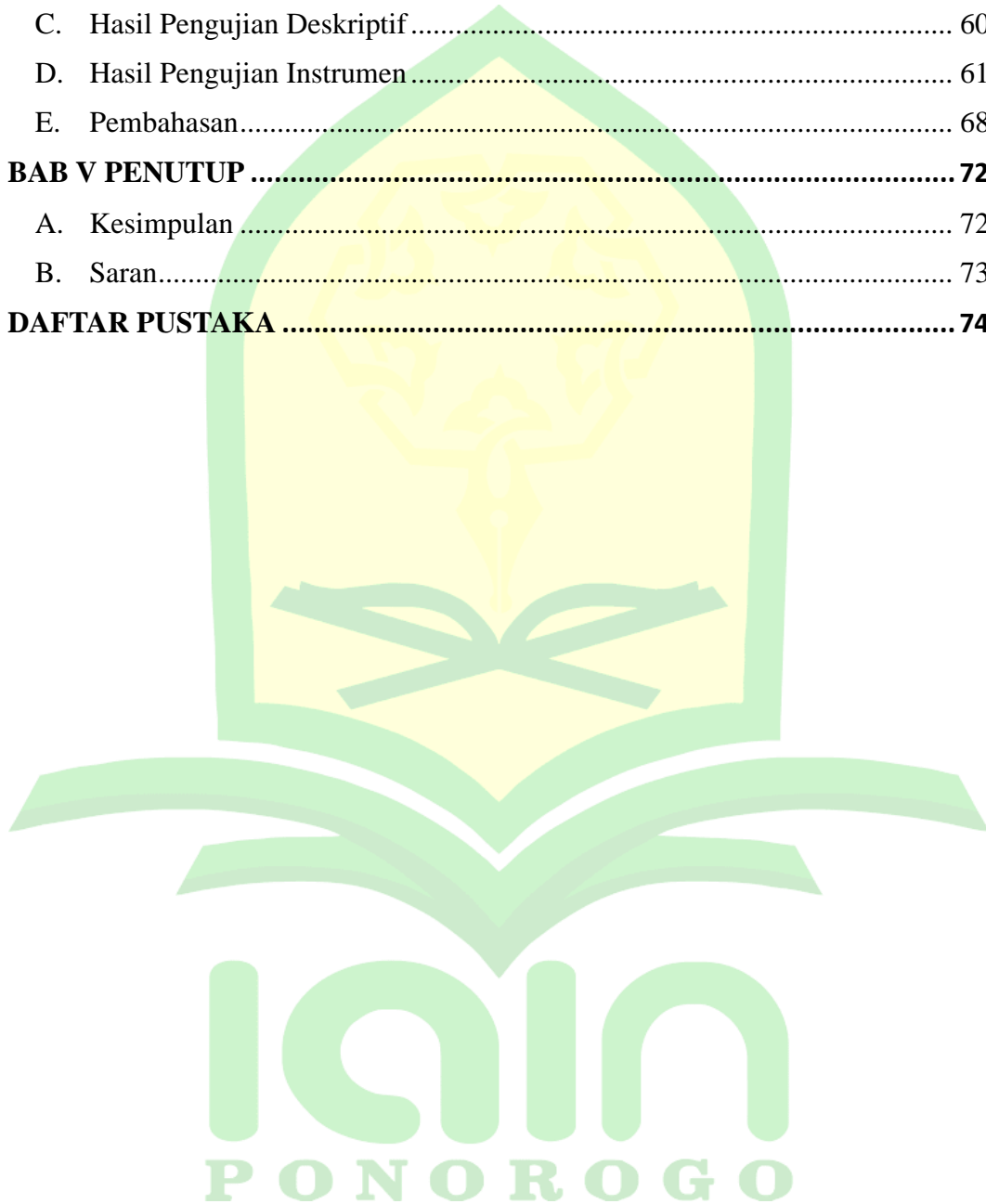
Pembuat Pernyataan


Bitsari Zulfa Huwaida
401190236

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
B. Studi Penelitian Tedahulu.....	26
C. Kerangka Berfikir.....	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian.....	41
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Populasi dan Sampel	43
E. Data dan Sumber Data	45
F. Metode Pengumpulan Data.....	46
G. Instrumen Penelitian.....	46
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	48

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Hasil Pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas	57
C. Hasil Pengujian Deskriptif	60
D. Hasil Pengujian Instrumen.....	61
E. Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Penghasilan dalam Bisnis Pemasaran	7
Tabel 2. 1	Studi Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1	Definisi Operasional	42
Tabel 3. 2	Skala Likert	47
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas Variabel Personal (X1)	58
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Variabel Sociological (X2)	58
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Environmental (X3)	59
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)	59
Tabel 4. 5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y	60
Tabel 4. 6	Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 7	Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 8	Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 9	Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4. 10	Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4. 11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 12	Hasil Uji T	66
Tabel 4. 13	Hasil Uji F	67
Tabel 4. 14	Hasil Uji R ² Variabel X1, X2, dan X3 terhadap Variabel Y	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Berfikir	37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini minat masyarakat dalam membangun dan menjalankan suatu bisnis cukup tinggi. Salah satu faktor yang dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat dalam berbisnis pada saat ini adalah karena semakin banyaknya jumlah pengangguran. Pengangguran biasanya disebabkan karena jumlah angkatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang disediakan.¹ Jumlah pengangguran pada bulan Februari 2020 yang merupakan dampak dari Covid-19 menurut data Badan Pusat Statistika (BPS) terdiri dari 6,93 juta. Pada Februari 2021 jumlah pengangguran sebanyak 8,75 juta orang. Ini menandakan bahwa, jumlah pengangguran meningkat sebanyak 1,82 juta orang.² Banyaknya jumlah pengangguran membuat masyarakat lebih memilih melakukan bisnis sebagai alternatif mereka untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Dalam melakukan suatu bisnis, terdapat salah satu bentuk usaha yang bisa dilakukan oleh masyarakat yaitu *Multi Level Marketing* (MLM). *Multi Level Marketing* berasal dari Bahasa Inggris dimana kata *Multi* berarti banyak, *Level* berarti tingkat atau jenjang, serta *Marketing* artinya pemasaran. Oleh karena itu, istilah "MLM" dapat diartikan sebagai metode pemasaran berjenjang.³ MLM merupakan metode pemasaran barang atau jasa yang berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana produk-produk perusahaan hanya dijual secara langsung pada konsumen yang sudah

¹ Rizal, Fitra, "Kebijakan Pemerintah Indonesia Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Akibat Pandemi Covid-19," *AICOMS* Volume 1 (2021), 3.

² "Badan Pusat Statistik." dalam <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/22/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt-sebesar-7-07-persen.html>, (diakses pada tanggal 20 April 2022, jam 20.30)

³ Nadya Novandriani Karina Moeliono, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bergabung Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Pada: Member Imogen CV. Janitra Jaya Mulia)," *EProceedings of Management*, Volume 8, Nomor 5 (2021): 5603.

terdaftar (mitra/member), dan juga berkesempatan menjadi tenaga pemasar.

Banyak dari masyarakat Indonesia yang telah memahami dengan baik tentang dunia bisnis, karena pada zaman sekarang sangat mudah bagi seseorang untuk memahami sesuatu. Salah satu cara bagi masyarakat agar dapat memahami dengan baik tentang bisnis adalah dengan mencoba terjun di dalam dunia bisnis. Pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa untuk mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri (lembaga).⁴ Dalam menjalankan suatu bisnis seseorang harus dapat memanfaatkan sebaik mungkin peluang bisnis yang ada. Adanya peluang bisnis ini menjadi tantangan tersendiri untuk seseorang mulai mengenal bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Dalam menjalankan suatu bisnis, seseorang harus memiliki komitmen yang kuat untuk menjalankan bisnisnya agar dapat memperoleh hasil yang diharapkan.

Multi Level Marketing sendiri pertama kali ditemukan pada tahun 1940-an oleh dua orang profesor pemasaran dari Chicago. Dalam penemuannya tersebut produk yang pertama kali mereka jual adalah vitamin dan makanan tambahan Nutrilite. Sedangkan di Indonesia, perusahaan *Multi Level Marketing* pertama kali berdiri pada tahun 1986 di Kota Bandung. Menurut Wuryando, beliau mengatakan bahwa PT. Nusantara Sun Chlorella Tama adalah perusahaan yang pertama kali berdiri di Indonesia yang kemudian sekarang berganti nama menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang.⁵

Secara etimologi, *Multi Level Marketing* (MLM) adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang sering disebut dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Bisnis

⁴ Irwan Misbach, "Perilaku Bisnis Syariah," *Al-Idarah*, Volume 5, (2017): 35.

⁵ Zaherotul Luailiyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT. Veritra Sentosa Internasional" *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018), 1-2.

MLM ini merupakan sistem pemasaran modern melalui jaringan kerja distribusi yang berjenjang, yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga kerja.⁶ Bisnis MLM ini tidak memiliki batasan dalam segi waktu kerja dan juga modal yang mereka butuhkan tidak besar. Untuk mendapatkan hasil yang lebih besar, pelaku bisnis *Multi Level Marketing* dapat memperluas jaringan yang mereka miliki. Hal tersebut merupakan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik agar para pelaku bisnis bisa mendapatkan hasil yang mereka inginkan.

Terdapat beberapa perbedaan antara bisnis MLM dengan bisnis konvensional. Menurut Clothier, ada tiga macam perbedaan umum bisnis MLM dengan bisnis konvensional:

1. Armada Penjualan

Didalam MLM, tenaga penjualnya adalah para distributornya, mereka memperkerjakan dirinya sendiri sekaligus menjadi bos bagi dirinya sendiri. Sedangkan bisnis konvensional, arus barang harus melewati produsen-distributor-grosir-pedagang-eceran-konsumen.

2. Pembagian Keuntungan

Dalam memperoleh imbalan, para distributor MLM memperolehnya dari perbandingan langsung usaha yang telah dilakukannya. Sedangkan bisnis konvensional, orang-orang yang menerima keuntungan adalah para pemilik dan direktur berbagai perusahaan distribusi. Sangat jarang terjadi pegawai penjualan toko eceran ikut menikmati keuntungan meskipun mereka telah bekerja begitu keras.

3. Menjual Produk

Semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung atau *direct selling*. Sedangkan bisnis konvensional, menjual barang-barang

⁶ Nafisa Nuraini, Nurprapti Nurprapti, and Ronny Yudhi Septa, "Kegiatan Personal Selling Distributor Multi-Level Marketing (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distributor Herbalife Di Tangerang)" *Thesis* (Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018), 28.

konsumen melalui toko-toko, katalog, dan melalui pos.⁷

Salah satu bisnis *Multi Level Marketing* yang terkenal di Indonesia adalah PT Natural Nusantara . PT Natural Nusantara adalah perusahaan berskala nasional yang berdiri di Yogyakarta pada 1 Oktober 2002. Perusahaan ini berhasil berdiri selama kurang lebih 20 tahun. Perusahaan ini bergerak dalam bidang distribusi Produk Agrokompleks, Nutrisi Kesehatan, Kebutuhan sehari-hari dan Produk inovasi teknologi. Semua produk mereka merupakan karya anak bangsa, dengan begitu semua produk NASA berasal dari dalam negeri. Selain itu, PT NASA juga berhasil mengembangkan teknologi agrokompleks yang menggunakan prinsip produksi 3K, yaitu Kualitas, Kuantitas, dan Kelestarian.⁸

PT NASA juga memiliki produk nutrisi kesehatan, kebutuhan sehari-hari, dan inovasi teknologi. Hanya produk-produk dengan kualitas tinggi dan banyak dibutuhkan oleh masyarakat yang dipilih PT NASA untuk diperjual belikan nantinya. Selain itu, produk yang telah diperjual belikan PT NASA telah memiliki ijin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan bersertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁹ Produk PT NASA juga mempunyai kekuatan *protect stable customer* dimana kekuatan tersebut dapat membuat pelanggan fanatik dan terikat, sehingga ketika produk yang mereka gunakan habis, *customer* akan membeli kembali produk tersebut (*repeat order*). Alasan dibelinya produk tersebut adalah karena mereka telah merasakan manfaatnya, sehingga para distributor yang menjual produk PT NASA juga akan diuntungkan. Terbukti permintaan produk selalu melonjak setiap bulannya.¹⁰

Dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing*, terdapat beberapa keuntungan mengikuti bisnis pemasaran PT NASA:

⁷ Muhammad Ruslan, “Analisis Model Bisnis TalkFusion (Studi Kasus Di Komunitas TalkFusion Kota Malang)” *Skripsi* (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015), 16-17.

⁸ “Daftar Distributor PT Natural Nusantara – Produk Organik Alami Natural Nusantara.” dalam <http://www.mitra.nasaoofficial.com/>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, jam 19.03)

⁹ Hapsari, “Analisis Strategi Pemasaran PT Natural Nusantara Di Yogyakarta,” *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume 6, Nomor 2 (2020), 252.

¹⁰ “Daftar Distributor PT Natural Nusantara – Produk Organik Alami Natural Nusantara.”

1. Pembayaran komisi sebesar 83% dari total nilai komisi
2. Kenaikan peringkat yang mudah dan terdapat banyak pilihan caranya
3. Sistem akumulatif poin (tanpa batas waktu) untuk mencapai peringkat awal
4. Pembagian komisi yang bersifat global dan adil disetiap peringkat
5. Tanpa ada penurunan peringkat
6. Tanpa ada pemaksaan ataupun tekanan dalam menjalankan bisnis
7. Bisnis dapat diwariskan.¹¹

Berdasarkan *praresearch* yang dilakukan melalui wawancara kepada Ihsan selaku stokis PT NASA di Kabupaten Ponorogo menjelaskan bahwa saat sekarang jumlah *downline* yang dimiliki lebih dari 200 member. Sedangkan jumlah *downline* dari Mahasiswa IAIN Ponorogo berjumlah 150 lebih member, jadi sekitar 75% dari jumlah *downline* yang dimiliki adalah Mahasiswa dari IAIN Ponorogo. Sejak narasumber memutuskan menambah jaringan *downline* untuk bisnis MLM nya ini, hampir setiap bulannya terdapat member baru yang bergabung.¹²

PT NASA melakukan bisnis MLM ini sesuai dengan prosedur yang harus dilakukan. Di Indonesia sendiri bisnis MLM masih dipandang buruk, karena banyak bisnis MLM yang mengatasnamakan MLM tetapi ternyata yang mereka lakukan adalah *money game*. *Money game* sendiri adalah suatu bisnis yang berskema piramida yang mengerucut ke bawah, jadi semakin bawah tingkatan maka yang berada di tingkatan paling bawah akan semakin dirugikan. Dan setiap bisnis MLM berada di bawah naungan APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), APLI sendiri berasal dari pemerintah. Jadi setiap perusahaan perdagangan yang legal harus bersertifikat APLI. Menurut Ihsan, suatu perusahaan MLM yang menggunakan MLM murni kemungkinan besar jumlah member yang akan bergabung akan semakin banyak. Dapat dibuktikan dengan jumlah member Ihsan yang berjumlah 200 orang sejak awal dirintisnya usaha

¹¹ "PT Natural Nusantara." dalam <https://naturalnusantara.co.id/id/system/business-information.html>, (diakses pada tanggal 21 Mei 2023, jam 18.50)

¹² Ihsan, *Wawancara*, 22 Januari 2023.

MLM ini pada awal tahun 2020. Sistem pendaftaran member di PT NASA sendiri adalah dengan membeli Paket KIT yang telah disediakan oleh pihak NASA seharga 200.000 rupiah yang didalamnya terdapat tiga produk dan produk tersebut dapat dijual lagi atau dikonsumsi sendiri.¹³

Jika suatu perusahaan MLM menjalankan prosedurnya sesuai dengan MLM murni, maka dalam memperkenalkan produknya mereka tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukan pengiklanan karena para member lah yang akan mempromosikan produk mereka. Promosi dapat dilakukan dengan periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publisitas.¹⁴ Pada sistem kerja yang ada di PT NASA, seorang member dapat naik tingkat jika mereka dapat memenuhi jumlah minimal *point value* yang harus mereka capai untuk mendapatkan posisi tingkatan yang mereka inginkan. Karena dalam PT NASA member yang pertama kali bergabung akan berada di tingkat distributor terlebih dahulu, jika mereka ingin naik tingkat maka para member tersebut harus melakukan penjualan produk dan mendapat *point value* yang nantinya dapat digunakan sebagai persyaratan untuk naik tingkatan.¹⁵ Adanya kenaikan jenjang karier dan bonus yang didapatkan perbulan sesuai dengan omzet penjualan berdasarkan dengan akad *ju'alah*.¹⁶ Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju'alah*, akad *ju'alah* merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa, baik dalam sektor keuangan, bisnis maupun sektor lainnya, yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah pelayanan jasa yang pembayaran imbalannya bergantung pada pencapaian hasil (*natijah*) yang telah ditentukan.¹⁷

Terdapat 10 macam Komisi yang disediakan oleh perusahaan untuk para Mitra Usaha. Agar Mitra Usaha dapat memperoleh komisi tersebut,

¹³ Ibid.

¹⁴ Fitriani, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Gethuk Pisan Mekar Sari Ngadiluwih Kabupaten Kediri)," *Skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2021), 37.

¹⁵ Ihsan, *Wawancara*, 22 Januari, 2023.

¹⁶ Hapsari, "Analisis Strategi Pemasaran PT Natural Nusantara Di Yogyakarta," 257.

¹⁷ "Fatwa DSN MUI Tentang Akad Ju'alah." dalam <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/akad-jualah>, (diakses pada tanggal 21 Mei 2023, jam 19.27)

untuk peringkat Mitra Usaha dan Manager perlu mempunyai penjualan bulanan minimum sebanyak 50 PV, sedangkan untuk peringkat Silver Manager sampai peringkat Crown Diamond Director perlu mempunyai minimum penjualan bulanan sebesar 100 PV. Berikut terdapat 10 macam penghasilan dalam bisnis pemasaran PT NASA:

Tabel 1. 1
Penghasilan dalam Bisnis Pemasaran

No.	Keterangan Penghasilan	Presentase
1.	Laba Eceran (Selisih Harga Konsumen dengan Harga Mitra Usaha)	20-30%
2.	Komisi Pengembangan	32%
3.	Komisi Karier	20%
4.	Komisi Kepemimpinan	21%
5.	Komisi <i>Breakway</i>	3%
6.	Komisi <i>Royalty Diamond Director</i>	1,25%
7.	Komisi <i>Executive Diamond Director</i>	1%
8.	Komisi <i>Double Diamond Director</i>	0,75%
9.	Komisi <i>Crown Diamond Director</i>	0,5%
10.	Komisi Tahunan	3,5%

Sumber: <https://naturalnusantara.co.id>

Setiap bulannya PT NASA bisa merekrut member sekitar empat sampai enam orang setiap bulannya. Meskipun banyak member yang bergabung di PT NASA yang berada kabupaten Ponorogo, tidak dipungkiri bahwa mereka juga pernah dalam sebulan tidak merekrut member sama sekali. Bahkan beberapa Mahasiswa IAIN Ponorogo yang berasal dari luar kota, karena sudah lulus kuliah mereka memutuskan untuk kembali ke kota asal mereka atau karena diterima bekerja di luar kota maka mereka memutuskan untuk berhenti bermitra atau berhenti menjadi member di PT NASA.¹⁸

¹⁸ Ibid.

Dalam menjalankan bisnisnya, seorang wirausahawan akan menghadapi situasi dan kondisi yang sulit. Jadi, sangat perlu dilakukan pengambilan keputusan oleh seorang wirausahawan agar perusahaan yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Menurut G.R. Terry, pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin.¹⁹ Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa keputusan berwirausaha merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seorang wirausaha guna memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian menetapkan suatu alternatif yang dianggap paling menguntungkan.

Pada zaman sekarang bisnis dapat dilakukan oleh berbagai kalangan tanpa harus melihat umur bahkan latar belakang pendidikan mereka. Semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan suatu bisnis. Dengan catatan mereka harus memiliki kemauan untuk mempelajari suatu bidang bisnis yang nantinya akan dijalankan. Saat sekarang mulai banyak Mahasiswa yang menjalankan bisnis meskipun mereka juga sedang duduk di bangku perkuliahan. Dan jurusan yang mereka ambil pun tidak menjadi hambatan bagi mereka untuk melakukan bisnis. Karena pelajaran bisnis tidak hanya bisa didapatkan di dalam kelas saja, melainkan bisa didapatkan di luar kelas juga. Boussouara dan Deaknis menyarankan bahwa *entrepreneur* belajar tidak melalui pengajaran yang terstruktur tetapi melalui pengalaman dan *trial error*.²⁰

Menurut Bygrave, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha: 1) *Personal* yaitu menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang seperti. 2) *Sociological*, yaitu menyangkut masalah hubungan dengan keluarga. 3) *Environmental*, yaitu menyangkut hubungan dengan lingkungan.²¹

¹⁹ Dinar, Said Ahmad, dan Hasan, *Kewirausahaan* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 88.

²⁰ Wijatno, *Pengantar Entrepreneurship*, 20.

²¹ William D. Bygrave and Andrew Zacharakis, *MBA Portabel dalam Kewirausahaan*, 4th ed., terj. (Canada: John Wiley & Sons, 2009), 3.

Menurut Suryana, terdapat faktor yang memicu seseorang untuk terjun ke dunia bisnis yaitu keberanian dalam menanggung risiko. Semakin besar risiko yang berani diambil oleh seseorang, maka semakin besar pula keuntungan yang akan didapatkan.²² Akan tetapi menurut hasil survey dan wawancara terdapat salah satu Mahasiswa IAIN Ponorogo, dia lebih memilih untuk tetap berada di jenjang karir menjadi seorang Manager di PT NASA karena tidak berani dalam mengambil risiko yang lebih besar. Menurut Aditya, menjadi seorang Manager dalam PT NASA tidak perlu menanggung risiko yang besar, karena menjadi Manager hanya perlu menjual produk NASA tanpa ada pencapaian yang harus dipenuhi setiap bulannya.²³

Dalam bukunya, Buchari Alma mengatakan bahwa faktor *sociological* yang menjadi pemicu pelaksanaan bisnis adalah adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya.²⁴ Dengan begitu, pengalaman dalam melakukan bisnis sebelumnya cukup penting untuk menjalankan bisnis yang baru. Dengan adanya pengalaman sebelumnya, seseorang dapat menyelesaikan hambatan-hambatan yang nantinya akan terjadi saat mendirikan suatu bisnis. Tetapi sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ahmad, ternyata ini adalah bisnis pertama yang dijalankannya. Dan menurutnya, bisnis MLM khususnya NASA cukup mudah dijalankan disamping itu juga minim terhadap resiko.²⁵

Selain itu, Buchari Alma mengatakan bahwa faktor yang menjadi pemicu pelaksanaan bisnis adalah adanya dorongan dari orang tua untuk membuka suatu usaha.²⁶ Dengan begitu, peran orang tua sangat penting untuk mendukung kegiatan wirausaha yang akan dilakukan oleh anaknya. Tetapi sebagaimana yang telah disampaikan oleh Yusnia, ternyata orangtua tidak setuju jika narasumber melakukan bisnis karena ditakutkan

²² Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 34.

²³ Aditya Saputra, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

²⁴ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 11.

²⁵ Ahmad Zaki Fuadi, *Wawancara*, 14 Februari 2023.

²⁶ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 11.

dapat mengganggu proses belajar di kuliah. Tetapi Yusnia tetap melakukan bisnis ini, karena bisnis ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga Mbak Yusnia tidak merasa kegiatan kuliahnya terganggu sama sekali.²⁷

Menurut Buchari Alma, dalam bukunya dituliskan bahwa faktor keputusan untuk melakukan wirausaha terdapat sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan, misalnya lokasi bangunan yang strategis.²⁸ Hasil dari wawancara yang telah dilakukan, Siti mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnis di PT NASA dia tidak membutuhkan lokasi yang strategis untuk menjual produk-produknya. Karena dalam menjual dan mengenalkan produk-produk NASA, member dapat melakukannya melalui media *online* maupun langsung mendatangi berbagai tempat yang akan dituju. Selain itu karena jumlah member yang tersebar di Kabupaten Ponorogo sangat banyak, secara tidak langsung dapat memudahkan *customer* yang ingin membeli produk tersebut.²⁹

Penelitian keputusan berwirausaha sudah banyak dilakukan diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Khilya Zakia dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan untuk Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang”. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan untuk berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh variabel motivasi berwirausaha. Kemudian, variabel keputusan untuk berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh variabel lingkungan keluarga. Serta variabel keputusan untuk berwirausaha juga secara signifikan dipengaruhi oleh variabel pendidikan kewirausahaan.³⁰ Pada penelitian yang dilakukan oleh Khilya hanya menggunakan data primer, sedangkan pada penelitian ini yang digunakan data primer dan sekunder.

²⁷ Zumrotul Yusnia, *Wawancara*, 8 Februari 2023.

²⁸ Alma, *Kewirausahaan*, 11.

²⁹ Siti Wahidatul Munawaroh, *Wawancara*, 13 Februari 2023.

³⁰ Zakia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang,” *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019), 1.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Deya Ayu dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet di Kecamatan Babadan, Ponorogo”. Hasil menunjukkan bahwa variabel personal, *environmental*, dan *sociological* berpengaruh terhadap variabel keputusan berwirausaha.³¹ Dalam penelitian Deya Ayu membahas tentang keputusan berwirausaha penjualan paket data internet. Sedangkan dalam penelitian ini, membahas tentang keputusan berwirausaha dalam melakukan bisnis MLM.

Penelitian yang selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dina Nofia Sari yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kuliner di Ponorogo Bermitra dengan Grab”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang. Enam faktor yang terbentuk, yaitu pertama faktor individu, faktor kedua adalah motivasi, faktor ketiga pendapatan, faktor keempat masyarakat, faktor kelima teknologi, dan faktor keenam adalah minat. Serta faktor yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pedagang kuliner di Ponorogo bermitra dengan grab adalah faktor individu.³² Metode analisis yang digunakan dalam penelitian Dina adalah analisis faktor. Sedangkan dalam penelitian ini, menggunakan metode regresi.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan di atas belum ada yang meneliti keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo untuk melakukan bisnis MLM dan juga belum ada yang meneliti di PT NASA, maka berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Dalam Melakukan Bisnis MLM pada PT NASA”. Dimana peneliti ingin menguji dan menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan

³¹ Ayu, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 1.

³² Nofia Sari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kuliner Di Ponorogo Bermitra Dengan Grab,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 1.

berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM di PT NASA.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor personal berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA?
2. Apakah faktor *sosiological* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA?
3. Apakah faktor *environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA?
4. Apakah faktor *personal, sosiological, environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor *personal* terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor *sosiological* terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor *environmental* terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor *personal, sosiological, dan environmental* terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT NASA.

D. Manfaat Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi peneliti dan pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang telah diteliti tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti tentang bisnis *Multi Level Marketing*.
2. Bagi masyarakat, untuk pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bisnis *Multi Level Marketing* ini. Dan juga diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi yang penting bagi masyarakat luas, agar lebih mengetahui tentang bisnis *Multi Level Marketing*.

E. Sistematika Penulisan

Dalam rangka mempermudah pemahaman terhadap penulisan yang dilakukan oleh penulis, maka pembahasan dalam penelitian akan dibahas secara sistematis dalam lima bagian yang mana dalam setiap bab akan dibagi dalam beberapa sub bab bahasan.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengolahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti dalam penulisan serta analisis dari hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan perumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup dari penelitian penulis yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta berisikan saran yang dapat penulis berikan terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keputusan Berwirausaha

a. Pengertian

Menurut George R. Terry, pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Sedangkan menurut S.P. Siagian, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. James A.F. Stoner mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.¹ Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk melakukan pemilihan alternatif suatu tindakan yang paling tepat menurut perhitungan.

Eddy Soeryanto Soegoto menyatakan bahwa kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan pekerjaan, dan hasilnya berguna bagi orang lain.² Menurut Zimmerer wirausaha adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Pengertian wirausaha secara umum adalah seseorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk menciptakan sebuah

¹ Syaekhu, *Teori Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 2.

² Dewi, Yaspita, dan Yulianda, *Manajemen Kewirausahaan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 2.

peluang usaha, pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi, dengan segala risiko yang akan dihadapinya.³

b. Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan

Dasar pengambilan keputusan menurut George R. Terry dapat digolongkan menjadi lima. Berikut lima golongan dasar keputusan tersebut:

1) Intuisi

Memiliki sifat sifat subjektif, sehingga mudah mendapatkan pengaruh.

2) Pengalaman

Memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat memperhitungkan untung rugi, baik buruknya keputusan yang akan diambil.

3) Fakta

Dapat memberikan keputusan yang sehat, solid, dan baik. Tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang akan menerima keputusan yang dibuat dengan rela dan lapang dada.

4) Wewenang

Biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya terhadap orang yang rendah kedudukannya.

5) Rasional

Keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan.⁴

³ Ibid., 6.

⁴ Kaja, *Pengambilan Keputusan Suatu Tindakan Dan Solusi* (Klaten: Lakeisha, 2022), 15.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Menurut Bygrave, dalam bukunya dikatakan bahwa terdapat beberapa faktor kritis yang berperan dalam membuka usaha baru, yaitu:

- 1) Personal, menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang.
- 2) *Sociological*, menyangkut masalah hubungan dengan family.
- 3) *Environmental*, menyangkut hubungan dengan lingkungan.⁵

d. Indikator Keputusan Berwirausaha

Dalam pengambilan keputusan, seorang wirausahawan harus berani mengambil keputusan berwirausaha sebagaimana yang dijelaskan di bawah ini:

1) Berani mencoba

Seseorang yang ingin memulai bisnisnya, harus berani mencoba sesuatu. Dengan mencoba maka akan menghilangkan berbagai ketakutan dan mampu menghilangkan rasa penasaran. Berani mencoba akan memberikan pengalaman baru kepada wirausahawan dan diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang memuaskan.

2) Berani Gagal

Sikap berani gagal merupakan sikap yang harus dimiliki seorang wirausahawan, dengan berani gagal seseorang sudah mempersiapkan secara matang rencana dan usaha yang akan dijalankan. Dengan sikap berani gagal seseorang akan terhindar dari sikap rendah diri, menyalahakan diri sendiri, dan tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungan.

3) Berani Sukses

Jika ingin mencapai kesuksesan, maka seseorang harus berani mengambil keputusan yang besar. Keputusan untuk berwirausaha merupakan salah satu bentuk keberanian untuk sukses di masa yang akan datang.

⁵ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 3.

4) Berani Berbeda

Berani untuk menciptakan sesuatu yang berbeda merupakan ciri dari wirausahawan yang baik. Menciptakan sesuatu yang berbeda dengan kreativitas dan inovasi akan menghasilkan keunikan dan nilai keunggulan.⁶

2. *Personal*

a. Pengertian Faktor *Personal*

Faktor *personal* merupakan faktor-faktor yang menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang.⁷ Menurut David McClelland dalam buku Buchari Alma, mengatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak berwirausaha.⁸

b. Indikator Faktor *Personal*

Menurut Bygrave, faktor *personal* yang menyangkut beberapa aspek kepribadian, antara lain:

1) Dorongan karena faktor usia

Dorongan karena faktor usia ini dapat terjadi karena tanggung jawab keluarga memainkan peran yang penting dalam keputusan seseorang untuk memulai sebuah bisnis. Dengan kebutuhan keluarga yang semakin banyak serta usia yang tidak muda lagi, seseorang mengambil keputusan untuk melakukan berwirausaha karena tidak akan mudah membangun karir bekerja di suatu perusahaan.⁹

2) Keberanian menanggung risiko

Menurut Suryana, dalam bukunya dijelaskan bahwa menjadi wirausahawan harus selalu berani menghadapi risiko. Semakin besar risiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula

⁶ Zukhruf Kurniullah, *Kewirausahaan Dan Bisnis* (Medan: Yayasan Kita Penulis, 2021), 19–20.

⁷ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 9.

⁸ *Ibid.*, 13.

⁹ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 9.

kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Risiko-risiko yang akan terjadi sebelumnya telah diperhitungkan terlebih dahulu. Berani menghadapi risiko yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam berusaha, karena hasil yang nantinya akan dicapai akan proporsional dengan risiko yang akan diambil.¹⁰

3) Komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis

Dalam menjalankan bisnisnya, seorang wirausaha menerapkan komitmen total pada usaha mereka. Yang artinya, mereka tidak pernah menyerah saat menghadapi suatu rintangan yang tampaknya tidak dapat teratasi. Seorang pengusaha akan menyukai berbagai kegiatan untuk menjalankan bisnisnya, misalnya menyukai produk atau layanan yang membuat mereka begitu efektif dalam menjualnya.¹¹

c. Hubungan Antara Faktor *Personal* dengan Keputusan Berwirausaha

Wirasahawan memiliki lokus kendali internal yang lebih tinggi daripada bukan wirasahawan, yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk mengendalikan nasib mereka sendiri. Menurut Bygrave, banyak pengusaha yang mengatakan kemandirian adalah alasan utama mereka untuk memulai suatu bisnis.¹²

3. *Sociological*

a. Pengertian Faktor *Sociological*

Faktor *sociological* merupakan faktor yang menyangkut masalah hubungan dengan *family* atau lingkungan keluarga.¹³ Menurut Webster's New Collegiate Dictionary pengertian lingkungan adalah kumpulan segala kondisi dan pengaruh dari luar terhadap kehidupan

¹⁰ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 34.

¹¹ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 7.

¹² Ibid.

¹³ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 9.

dan perkembangan suatu organisme. Sedangkan keluarga menurut Tirtarahardja dan La Sulo adalah pengelompokan primer yang terdiri dari sejumlah kecil orang karena hubungan menurut garis ibu dan sedarah. Dapat disimpulkan pengertian lingkungan keluarga adalah segala kondisi dan pengaruh dari luar terhadap kehidupan dan perkembangan anggota keluarga.¹⁴

b. Indikator Faktor *Sosiological*

Menurut Alma, indikator faktor *sociological* ada beberapa, diantaranya:

1) Hubungan atau jaringan yang dimiliki

Ketika seorang wirausaha memulai bisnisnya, maka orang tersebut membutuhkan sejumlah kontak dengan pelanggan, pemasok, investor, bankir, dll. Jadi, penting sekali untuk para pengusaha memahami dimana mencari bantuan sebelum memulai suatu bisnis. Jaringan pertemanan maupun rekan bisnis ini lah yang dapat membantu dalam membangun kontak yang dibutuhkan oleh wirausahawan.¹⁵

2) Dorongan dari orangtua untuk membuka usaha

Seringkali terlihat bahwa ada pengaruh dari orangtua yang bekerja sendiri atau memiliki usaha sendiri, cenderung anaknya juga akan menjadi pengusaha. Keadaan tersebut seringkali memberi inspirasi pada anak sejak kecil. Situasi ini akan diperkuat oleh ibu yang juga ikut berusaha. Orang tua cenderung akan mensupport serta mendorong keberanian anaknya untuk berdiri sendiri.¹⁶

3) Adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya

Dalam bukunya, Bygrave mengatakan bahwa seorang pengusaha harus memiliki pengalaman di industri yang sama atau

¹⁴ Damanik, *Macam Variable Yang Mempengaruhi Motivasi Belajar: Kompetensi, Fasilitas, Lingkungan Belajar* (Indramayu: Adab, 2022), 30.

¹⁵ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 10.

¹⁶ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 8.

serupa. Memulai bisnis merupakan pekerjaan yang sangat menuntut. Jika calon pengusaha tidak memiliki pengalaman yang tepat, maka mereka harus keluar dan mendapatkannya sebelum memulai suatu usaha baru atau mencari mitra yang memilikinya.¹⁷

c. Hubungan Antara Faktor *Sociological* dengan Keputusan Berwirausaha

Tanggung jawab keluarga memiliki peran penting dalam keputusan apakah akan memulai suatu bisnis. Secara relatif, keputusan karier yang mudah untuk melakukan bisnis adalah ketika seseorang masih berusia muda. Selain itu, seseorang yang memiliki cukup pengalaman cenderung memiliki rasa percaya diri dan optimis dengan keputusannya untuk menjalankan suatu bisnis.¹⁸

4. *Environmental*

a. Pengertian Faktor *Environmental*

Faktor *environmental* merupakan faktor yang menyangkut hubungan dengan lingkungan.¹⁹ Pengaruh faktor dari luar sangat penting untuk membentuk watak wirausaha. Banyaknya dijumpai kegiatan wirausaha di lingkungan sekitar, dapat mempengaruhi masyarakat untuk menumbuhkan minat melakukan wirausaha.²⁰

b. Indikator Faktor *Environmental*

Menurut Alma, terdapat beberapa indikator faktor *environmental* diantaranya:

1) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan

Dunia persaingan dalam pasar pada saat ini sangat tajam. Terdapat berbagai bentuk persaingan yang ada di pasar, mulai dari pengusaha pasar yang sangat dominan, yang memiliki kekuatan sedang, dan juga memiliki kekuatan yang lemah.²¹ Semakin baik

¹⁷ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 15.

¹⁸ *Ibid.*, 9.

¹⁹ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 9.

²⁰ *Ibid.*, 13.

²¹ *Ibid.*, 12.

kualitas seseorang dalam suatu perusahaan maka semakin tinggi daya saing perusahaan tersebut terhadap perusahaan lainnya.²²

2) Adanya sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan

Dalam menjalankan bisnis, terdapat beberapa sumber daya yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin, misalnya warisan, modal, tabungan, lokasi bangunan strategis, dan lain-lain.²³

3) Mengikuti latihan-latihan atau disebut dengan incubator bisnis

Saat sekarang, banyak sekali kursus-kursus bisnis dan lembaga manajemen fakultas ekonomi yang melaksanakan pelatihan dan *incubator* bisnis.²⁴

c. Hubungan Antara Faktor *Environmental* dengan Keputusan Berwirausaha

Motivasi menjadi wirausaha dapat didorong oleh lingkungan yang banyak dijumpai diberbagai macam perusahaan. Misalnya, di daerah Silicon Valley (California) merupakan lingkungan yang dapat dijumpai ratusan perusahaan yang kebanyakan bergerak dibidang komputer dan eletronik yang selalu menghasilkan produk-produk baru.²⁵ Dalam aspek lain, keberanian membentuk kewirausahaan dapat didorong oleh guru sekolah, sekolah yang memberikan mata pelajaran kewirausahaan yang praktis dan menarik yang dapat membangkitkan minat siswa untuk berwirausaha.²⁶

5. Multi Level Marketing

a. Pengertian *Multi Level Marketing*

Industri *Multi Level Marketing* (MLM) adalah bagian dari industri *direct selling*. Yang menurut APLI (Asosiasi Penjualan Langsung

²² Maharani and Anggarani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Di BMT Hasanah Ponorogo," *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi san Bisnis Islam*, Volume 3, Nomor 2, (2018), 3.

²³ Ibid., 11.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid., 6.

²⁶ Ibid., 7.

Indonesia), penjualan langsung (*direct selling*) adalah metode penjualan barang atau jasa kepada konsumen dengan cara tatap muka di luar lokasi (selain eceran tetap atau toko konvensional) oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar.²⁷

Multi Level Marketing secara etimologi berasal dari Bahasa Inggris, dimana *multi* berarti banyak, *level* berarti tingkat, dan *marketing* berarti pemasaran. Jadi, jika digabungkan memiliki arti pemasaran yang berjenjang banyak. Sedangkan secara terminologi *Multi Level Marketing* adalah suatu sistem pemasaran *modern* yang dibangun secara permanen melalui jaringan distribusi dengan pelanggan perusahaan yang sekaligus diposisikan sebagai tenaga pemasar.²⁸

Menurut Cloither *Multi Level Marketing* terkadang disebut juga dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *Direct Selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.²⁹

Multi Level Marketing merupakan sebuah model bisnis yang mengombinasikan *direct marketing* dengan *franchising*. Fungsi dari MLM sendiri adalah merekrut para penjual untuk menjual suatu produk dan menawarkan komisi penjualan yang akan ditambahkan

²⁷ Herma Parwaji, *Agar Tidak Gagal Paham MLM (Multi Level Marketing)* (Yogyakarta: PT Natural Nusantara, 2020), 3.

²⁸ Nuraini, Nurprapti, dan Septa, "Kegiatan Personal Selling Distributor Multi Level Marketing (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distributor Herbalife Di Tangerang), *Thesis* (Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018)," 2.

²⁹ Anis Tyas Kuncoro, "Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah," *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, Volume 45, Nomor 119 (2022), 23.

berdasarkan pada jumlah penjualan orang-orang yang direkrut oleh penjual tersebut sebagai jaringan *downline*. *Downline* adalah sebuah organisasi yang terdiri dari sejumlah besar penjual yang di dalamnya mencakup orang yang direkrut langsung (*frontline*) dan juga mencakup orang-orang yang direkrut oleh orang-orang yang direkrut lebih awal. Dan penjual ini biasanya disebut sebagai distributor, *independent business owner*, *franchise owner*, *sales consultant*, dsb.³⁰

b. Ciri-Ciri Perusahaan *Multi Level Marketing*

Ciri-ciri jika suatu perusahaan dilakukan dengan sistem bisnis *Multi Level Marketing* adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi setiap anggotanya diberikan kesempatan yang sama agar berhasil dalam menjalankan bisnis.
- 2) Keuntungan dan keberhasilan sepenuhnya ditentukan oleh hasil kinerja anggota dalam bentuk penjualan produk.
- 3) Menjadi anggota tidak diperlukan biaya yang mahal dan nilainya sesuai dengan barang yang diperoleh sehingga dapat dipertanggungjawabkan.
- 4) Keuntungan finansial dan non finansial dapat didapatkan oleh anggota.
- 5) Dilakukannya pembinaan dari perusahaan untuk anggota dalam program Pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan.
- 6) Sosialisasi produk menjadi hal yang penting untuk disampaikan dalam sistem *Multi Level Marketing*.
- 7) Pada periode tertentu akan dilakukan pembagian komisi atau bonus.³¹

c. Dampak Positif dan Negatif dalam Pemasaran MLM

³⁰ Andriani Andriani, "Analisis Pemberian Bonus Pada Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI): Studi Kasus Pada Business Center HPAI Mataram" *Thesis* (Mataram: UIN Mataram, 2020), 22.

³¹ Lia Bahlia, "Pengaruh Pengetahuan Santri Terhadap Minat Produk Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten)" *Thesis* (Banten: UIN Smh Banten, 2021), 28-29.

Sistem pemasaran dari *Multi Level Marketing* dianggap mudah oleh masyarakat sehingga diminati banyak kalangan. Namun dalam sistem pemasaran tersebut terdapat dampak positif dan negatifnya.

1) Dampak positif dari pemasaran *Multi Level Marketing* antara lain sebagai berikut:

- a) Bisnis *Multi Level Marketing* ini dapat dengan mudah dibuka karena modal yang relatif lebih murah dibandingkan dengan bisnis yang lain.
- b) Jika dalam memasarkan produknya seseorang dapat melakukan dengan baik dan menarik maka tidak menutup kemungkinan memiliki potensi yang cukup besar untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi.
- c) Bagi seseorang yang telah memiliki pekerjaan, mereka juga dapat melakukan bisnis *Multi Level Marketing* ini sebagai usaha sampingan karena tidak membutuhkan waktu yang banyak.
- d) Kecilnya modal yang digunakan untuk bisnis ini, maka resiko kegagalan dan kerugian yang nantinya mungkin akan terjadi tidak terlalu besar.

2) Dampak negatif dari pemasaran *Multi Level Marketing* antara lain sebagai berikut:

- a) Alasan suatu perusahaan memberikan harga produk yang lebih mahal karena dalam pemasarannya mereka sering menjanjikan untuk memberikan bonus seperti uang, insentif, dan yang lainnya dengan jumlah yang besar.
- b) Dalam suatu perusahaan dapat mengalami kerugian besar jika anggota atau bawahan berhenti dan memilih bergabung dengan perusahaan lain, dengan begitu secara tidak langsung anggota pemasar akan berkurang dan produk yang dipasarkan tidak laku dan tidak diminati lagi.
- c) Sistem *Multi Level Marketing* tidak dapat berkembang dengan

baik karena masyarakat yang kurang mengerti mengenai sistem ini dan lebih memilih melakukan sistem jual beli yang biasa digunakan layaknya masyarakat umum.

- d) Karena terlalu fokus pada keuntungan tanpa memikirkan rencana selanjutnya yaitu untuk mewujudkan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* yang lebih baik lagi, maka akibatnya perusahaan akan mengalami kemunduran secara perlahan.³²

B. Studi Penelitian Tedahulu

Tabel 2. 1
Studi Penelitian Tedahulu

	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Maria Endang Jamu (2018) ³³	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)	Hasil analisis data dan pembahasan diketahui bahwa minat Mahasiswa untuk berwirausaha dilihat dari faktor personal dan <i>environmental</i> yang dinilai tinggi, sedangkan berdasarkan faktor <i>sociological</i> diketahui tidak memiliki pengaruh yang	Terdapat variabel personal, <i>sociological</i> , dan <i>environmental</i>	Pada penelitian yang dilakukan oleh Maria, teknik sampling yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> . Sedangkan pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah <i>quota sampling</i> .

³² Nursania Dasopang, "Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam," *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 6, Nomor 1, (2020), 157-159.

³³ Jamu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)," *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, Volume 1 Nomor 3, (2018), 305.

			positif atau kurang signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa.		
2.	Anisa Rahma (2018) ³⁴	Analisis Faktor-Faktor Pendorong Wanita Mengambil Keputusan Berwirausaha Pada Sentra Usaha Mikro Kecil Batik Jambi Kota Seberang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang mendorong wanita berwirausaha batik yaitu Faktor ekonomi dimana wanita mencari tambahan uang dengan maksud membantu memenuhi kebutuhan keluarga atau sehari-hari, Faktor kemandirian adanya keinginan wanita untuk mandiri bekerja dengan membuka usaha sendiri dalam mencari uang tanpa bergantung pada pemerintah maupun instansi lain. kendala	Membahas tentang keputusan berwirausaha	Pada penelitian Anisa, metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Sedangkan pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.

³⁴ Rahma, "Analisis Faktor Faktor Pendorong Wanita Mengambil Keputusan Berwirausaha Pada Sentra Usaha Mikro Kecil Batik Jambi Kota Seberang," *Skripsi* (Jambi: Universitas Jambi, 2018), 2.

			<p>usaha yang dihadapi oleh para pengrajin batik Jambi adalah sektor pemasaran, sumber modal, sumber daya manusia, batik Jambi proses produksi di Jawa, dan bahan baku yang didatangkan dari Jawa.</p>		
3.	<p>Irsam Darma Putra (2018)³⁵</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia</p>	<p>Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel lingkungan keluarga dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Sedangkan variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha</p>	<p>Terdapat variabel lingkungan keluarga</p>	<p>Pada penelitian yang dilakukan oleh Irsam, variabel yang digunakan adalah lingkungan keluarga, ekspektasi pendapatan, dan pengetahuan kewirausahaan. Sedangkan pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.</p>

³⁵ Putra, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), 1.

			Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.		
4.	Zahirotul Luailiyah (2018) ³⁶	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT Veritra Sentosa Internasional (Studi kasus pada member MLM PT Veritra Sentosa Internasional)	Hasil penelitian menunjukkan, figur ulama (X1) dan waktu yang fleksibel (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat. Sedangkan atribut produk Islam (X2), promosi (X3), dan tawaran penghasilan (X5) tidak berpengaruh signifikan.	Membahas tentang bisnis <i>Multi Level Marketing</i>	Pada penelitian Zahirotul, variabel yang digunakan adalah figur ulama, waktu yang fleksibel, produk Islam, promosi, dan tawaran penghasilan. Sedangkan pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.
5.	Endrianto Ustha (2018) ³⁷	Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha di Pekanbaru (Studi Kasus)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keberhasilan diri, kebebasan dalam bekerja, dan kebutuhan akan prestasi yang	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner	Pada penelitian Endrianto, metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan analisis

³⁶ Luailiyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT. Veritra Sentosa Internasional," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018), 1.

³⁷ Ustha, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha Di Pekanbaru'(Studi Kasus Pada Empat Universitas Di Pekanbaru)," *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, Volume 1, Nomor 1, (2018), 138.

		Pada Empat Universitas Di Pekanbaru)	merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi keinginan Mahasiswa di Pekanbaru menjadi wirausahawan.		induktif. Sedangkan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah regresi.
6.	Khilya Zakia (2019) ³⁸	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan untuk berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh variabel motivasi berwirausaha, variabel lingkungan keluarga, dan juga variabel pendidikan kewirausahaan.	Membahas analisis faktor keputusan berwirausaha	Pada penelitian Khilya, variabel yang digunakan adalah motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan. Sedangkan pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.
7.	Astri Ayu Purwati, Marlan Daud Sihombing, dan Ratni Prima	Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Minat Wirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan, motivasi, dan kepribadian berpengaruh secara	Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus <i>slovin</i>	Pada penelitian yang dilakukan oleh Astri dll. Variabel yang digunakan pendidikan,

³⁸ Zakia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang," *Skripsi* (Semarang: UNNES, 2019), 1.

	Lita (2019) ³⁹	Kota Pekanbaru	signifikan terhadap minat wirausaha Mahasiswa Universitas Riau. Sedangkan ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha Mahasiswa Universitas Riau.		motivasi, kepribadian, dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.
8.	Afriyanti Hasanah dan Nurhasikin (2019) ⁴⁰	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari pekerjaan orangtua, pengalaman berwirausaha, efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, <i>academic support</i> dan <i>social support</i> terhadap niat berwirausaha Mahasiswa, sedangkan <i>gender</i> dan <i>environment support</i> tidak mempengaruhi niat	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner	Dalam penelitian yang dilakukan oleh Afriyanti dkk., metode yang digunakan adalah uji statistik deskriptif. Sedangkan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah regresi.

³⁹ Purwati, Sihombing, dan Lita, "Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Minat Wirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Kota Pekanbaru," *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan, dan Bisnis*, Volume 4 Nomor 2, (2019), 200.

⁴⁰ Hasanah dan Nurhasikin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa," *Journal of Applied Business Administration*, Volume 3, Nomor 2, 194.

			berwirausaha Mahasiswa.		
9.	Brian Kumara (2020) ⁴¹	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa media sosial, lingkungan keluarga berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha, sedangkan kepribadian tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha. Lebih lanjut penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial, lingkungan keluarga, dan kepribadian tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.	Membahas analisis faktor keputusan berwirausaha	Pada penelitian Brian, variabel yang digunakan adalah media sosial, lingkungan keluarga, dan kepribadian. Sedangkan pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.
10	Dina Nofia Sari (2020) ⁴²	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kuliner Di Ponorogo	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang.	Menggunakan metode penelitian kuantitatif	Metode yang digunakan dalam penelitian Dina, analisis yang dilakukan adalah

⁴¹ Kumara, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Volume 6, Nomor 1, (2020), 52.

⁴² Nofia Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kuliner Di Ponorogo Bermitra Dengan Grab," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 1.

		Bermitra Dengan Grab	Enam faktor yang terbentuk, yaitu pertama faktor individu, faktor kedua adalah motivasi, faktor ketiga pendapatan, faktor keempat masyarakat, faktor kelima teknologi, dan faktor keenam adalah minat. Serta faktor yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pedagang kuliner di Ponorogo bermitra dengan Grab adalah faktor individu.		analisis faktor. Sedangkan dalam penelitian ini, menggunakan regresi.
11	Jesica Claudia Mantik, Bernhard Tewel, dan Lucky Dotulong (2020) ⁴³	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha Pada Pengusaha Kecil Di Kota Manado	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendidikan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha sedangkan variabel jenis kelamin dan	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner	Terdapat variabel pendidikan lingkungan keluarga, jenis kelamin, dan pengalaman berwirausaha dalam penelitian yang dilakukan oleh Jesica dkk.

⁴³ Mantik, Tewel, and Dotulong, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha Pada Pengusaha Kecil Di Kota Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Volume 8, Nomor 4, (2019), 370.

			pengalaman berwirausaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap motivasi berwirausaha.		Sedangkan dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah personal, sosiological, dan environmental.
12	Indarto dan Chatarina Yekti P. (2021) ⁴⁴	Faktor-Faktor Pendorong Minat Wirausaha Startup	Hasil Analisis menunjukkan bahwa berbagai faktor yang mendorong minat wirausaha startup mengelompokkan pada lima faktor, yaitu: faktor tersedianya fasilitas dan kesempatan, faktor peluang, faktor aktualisasi diri, faktor kemampuan diri, dan faktor dari pengakuan masyarakat.	Menggunakan skala <i>likert</i> berupa nilai skor berskala 1 sampai dengan 5	Pada penelitian yang dilakukan oleh Indarto dkk., teknik sampling yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> . Sedangkan pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah <i>quota sampling</i> .
13	Raihanah Sari, Mahmudah Hasanah, Marya Ulfah, dan Fathul	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Melalui Mata	Diperoleh hasil bahwa faktor ekonomi terdiri dari modal dan peluang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.	Membahas analisis faktor keputusan berwirausaha	Pada penelitian Raihanah dkk., metode penelitian yang dilakukan adalah

⁴⁴ Yekti P., "Faktor-Faktor Pendorong Minat Wirausaha Stratup," *Jurnal Ilmiah Universitas Semarang: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Volume 14, Nomor 3, (2021), 207.

	Jannah (2022) ⁴⁵	Kuliah Kewirausahaan	Faktor ekonomi merupakan hal-hal yang menyangkut hubungan dengan ekonomi yang mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa PGSD. Minat berwirausaha dapat terlihat bahwa Mahasiswa PGSD dikategorikan sangat berminat dalam berwirausaha, karena terbukti dengan mayoritas jawaban dari wawancara dengan Mahasiswa yang menyatakan, mereka memiliki keinginan besar untuk menjalankan usaha untuk menjadi wirausaha karena menjanjikan keuntungan yang cukup besar.	kualitatif. Sedangkan pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.
--	-----------------------------	----------------------	--	---

⁴⁵ Sari, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan," *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 9, Nomor 2, (2022), 398.

14	Ananda Zilyana Nabila (2022) ⁴⁶	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha Berbasis Syariah Di Kota Bandar Lampung	Hasil dari penelitian berdasarkan SPSS ver. 22 bahwa variabel personal, <i>sociological</i> , dan <i>environmental</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam minat. Dalam perspektif ekonomi Islam, sudah tercapai pemahaman responden mengenai berwirausaha berbasis syariah dengan memperhatikan kaidah-kaidah yang ada di dalam Al-Qur'an dan Hadist.	Terdapat variabel Personal, <i>Sociological</i> , dan <i>Environmental</i>	Pada penelitian Ananda teknik sampling yang digunakan adalah teknik <i>Probability Sampling</i> . Sedangkan pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah <i>quota sampling</i> .
15	Deya Ayu (2022) ⁴⁷	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet di Kecamatan Babadan, Ponorogo	Hasil menunjukkan bahwa variabel personal, <i>environmental</i> , dan <i>sociological</i> berpengaruh terhadap variabel keputusan berwirausaha.	Terdapat variabel Personal, <i>Sociological</i> , dan <i>Environmental</i>	Dalam penelitian Deya Ayu membahas tentang keputusan berwirausaha penjualan paket data internet. Sedangkan dalam

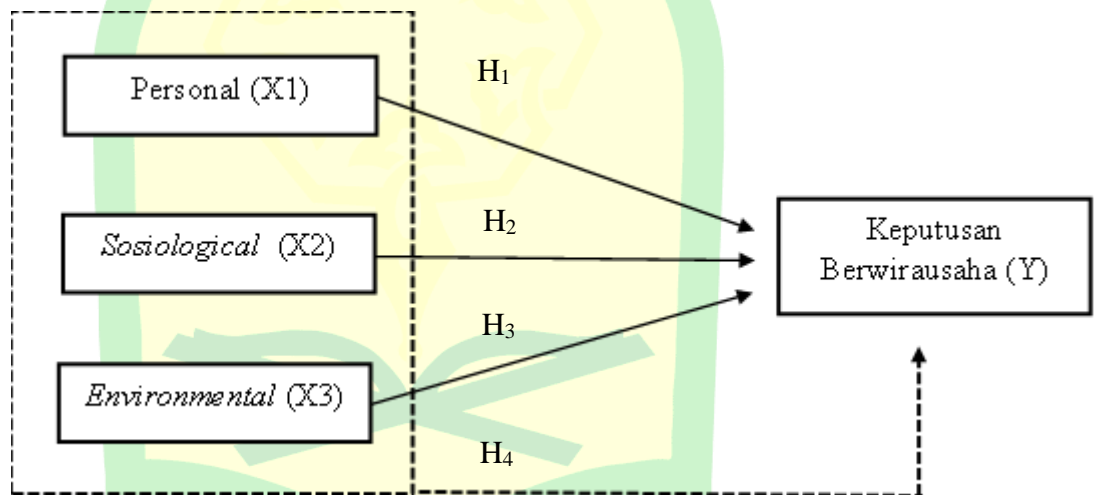
⁴⁶ Zilyana Nabila, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha Berbasis Syariah Di Kota Bandar Lampung," *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2022), 1.

⁴⁷ Ayu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 1.

					penelitian ini, membahas tentang keputusan berwirausaha dalam melakukan bisnis MLM.
--	--	--	--	--	---

C. Kerangka Berfikir

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir

Keterangan:

—————→ : Pengaruh parsial

- - - - -→ : Pengaruh simultan

Kerangka berpikir dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu *personal* (X1), *sociological* (X2), dan *environmental* (X3). Serta terdapat satu variabel dependen yaitu keputusan berwirausaha (Y).

Berdasarkan gambar di atas, dalam penelitian ini penulis ingin mencari pengaruh variabel *personal* (X1) terhadap keputusan berwirausaha (Y), mencari pengaruh variabel *sociological* (X2) terhadap keputusan berwirausaha (Y), mencari pengaruh variabel *environmental* (X3) terhadap

keputusan berwirausaha (Y), dan yang terakhir mencari pengaruh *personal*, *sociological*, dan *environmental* terhadap keputusan berwirausaha (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji. Menurut Nasir, hipotesis tersusun berdasarkan dengan teori, jadi belum tentu isinya selalu mutlak benar. Oleh karena itu, masih perlu data empiris untuk menguji apakah jawaban yang tertera dalam hipotesis itu masih relevan kebenarannya. Sedangkan menurut Margono, beliau mengemukakan pernyataan yang senada dengan Nasir, jika hipotesis merupakan suatu kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan dan ini merupakan dugaan yang bijaksana dari si peneliti yang diturunkan dari teori yang telah ada.⁴⁸ Berdasarkan tinjauan pustaka yang peneliti lakukan baik dari landasan teori maupun penelitian terdahulu, peneliti dapat menarik kesimpulan sementara berdasarkan hasil penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor *Personal* terhadap Keputusan Berwirausaha

Menurut Bygrave, faktor *personal* merupakan faktor-faktor yang menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang untuk memutuskan melakukan wirausaha.⁴⁹ Dorongan karena faktor usia, keberanian menanggung resiko, serta komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis merupakan aspek kepribadian seseorang untuk memutuskan melakukan wirausaha.⁵⁰ Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Deya yang menyatakan hasil bahwa faktor *personal* memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha secara signifikan.⁵¹ Sehingga hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁸ Samsuri, "Kajian, Teori, Kerangka Konsep Dan Hipotesis Dalam Penelitian," *Makalah* (Padang: Universitas Negeri Padang, 2003), 4.

⁴⁹ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 3.

⁵⁰ *Ibid*, 7.

⁵¹ Deya Ayu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 1.

Ho1 : Variabel *personal* tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Ha1 : Variabel *personal* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

2. Pengaruh Faktor *Sosiological* terhadap Keputusan Berwirausaha

Faktor *sosiological* menurut Bygrave adalah faktor yang berhubungan dengan *family* atau lingkungan keluarga.⁵² Faktor dari lingkungan keluarga ini menurut Alma dapat berasal dari hubungan atau jaringan yang dimiliki, dorongan dari orangtua, dan juga adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya.⁵³ Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ananda menyatakan hasil bahwa faktor *sosiological* memiliki pengaruh terhadap minat dalam berwirausaha.⁵⁴ Sehingga hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho2 : Variabel *sosiological* tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Ha2 : Variabel *sosiological* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

3. Pengaruh Faktor *Environmental* terhadap Keputusan Berwirausaha

Faktor *environmental* merupakan faktor yang menyangkut hubungan dengan lingkungan menurut Bygrave.⁵⁵ Pengaruh faktor dari luar penting untuk membentuk watak wirausaha. Menurut Alma, adanya persaingan dalam kehidupan, adanya sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan, serta mengikuti pelatihan merupakan beberapa hal yang berhubungan dengan faktor *environmental*.⁵⁶ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maria menyatakan hasil bahwa faktor

⁵² D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 4.

⁵³ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 9.

⁵⁴ Zilyana Nabila, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha Berbasis Syariah Di Kota Bandar Lampung," *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2022), 1.

⁵⁵ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 3.

⁵⁶ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 9.

environmental memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.⁵⁷ Sehingga hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho3 : Variabel *environmental* tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Ha3 : Variabel *environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

4. Pengaruh Faktor *Personal*, *Sociological*, dan *Environmental* terhadap Keputusan Berwirausaha

Menurut Bygrave, dalam bukunya ditulis bahwa faktor *personal*, faktor *sociological*, dan faktor *environmental* merupakan faktor kritis yang berperan dalam membuka suatu usaha baru.⁵⁸ Berdasarkan penelitian Deya, faktor *personal*, faktor *sociological*, dan faktor *environmental* memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha secara positif signifikan.⁵⁹ Sehingga hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho4 : Variabel *personal*, *sociological*, dan *environmental* tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Ha4 : Variabel *personal*, *sociological*, dan *environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.



⁵⁷ Maria Endang Jamu, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores),” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, Volume 1, Nomor 3, (2018), 305.

⁵⁸ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 3.

⁵⁹ Deya Ayu, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo. 1”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Dalam Melakukan Bisnis MLM pada PT NASA” ini dirancang menggunakan jenis penelitian dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka atau pernyataan-pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik. Penelitian kuantitatif biasanya digunakan untuk membuktikan dan menolak suatu teori.¹ Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Ponorogo dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing* di PT NASA.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Sebuah penelitian membutuhkan yang namanya variabel, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen. Variabel independen merupakan variabel bebas yang pada umumnya disimbolkan sebagai variabel X, dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu: Faktor *Personal*, Faktor *Sociological*, dan Faktor *Environmental*. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.² Variabel dependen biasanya disimbolkan sebagai variabel Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan berwirausaha.

Definisi operasional dari masing-masing variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

¹ Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 16.

² Ismayani, *Metodologi Penelitian* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019), 21.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
Personal	1. Dorongan karena faktor usia 2. Keberanian menanggung resiko 3. Komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis	D. Bygrave, William, <i>The Portable MBA in Entrepreneurship</i> , (Canada: John Wiley & Son, Inc., 2009), 4.
<i>Sociological</i>	1. Hubungan atau jaringan yang dimiliki 2. Dorongan dari orangtua untuk membuka usaha 3. Adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya	Alma, Buchori, <i>Kewirausahaan</i> , (Bandung: Alfabeta, 2011), 11.
<i>Environmental</i>	1. Adanya persaingan dalam dunia kehidupan 2. Adanya sumber-sumber yang dimanfaatkan, misalnya warisan, modal, tabungan, lokasi bangunan strategis, dan lain-lain	Alma, Buchori, <i>Kewirausahaan</i> , (Bandung: Alfabeta, 2011), 11.

	3. Mengikuti latihan-latihan atau disebut dengan <i>incubator</i> bisnis	
Keputusan Berwirausaha	1. Berani Mencoba 2. Berani Gagal 3. Berani Sukses 4. Berani Berbeda	Ardhariksa Zukhruf Kurniulloh, <i>Kewirausahaan dan Bisnis</i> , (Medan: Yayasan Kita Penulis, 2021), 19-20.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi atau objek dalam penelitian itu sangat penting karena dijadikan sebagai suatu tempat untuk pengambilan data. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah PT NASA di Jl. Let. Jend. Mt. Haryono No. 7, Krajan, Mangkujayan, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Alasan dipilihnya lokasi penelitian adalah karena banyaknya Mahasiswa IAIN Ponorogo yang bergabung menjadi member di PT NASA Kabupaten Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Margono dalam Arfatin, populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia.³ Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Pada

³ Arfatin Nurrahmah, *Pengantar Statistika 1* (Media Sains Indonesia, 2021), 34.

⁴ Edi Roflin, Iche Andriyani Liberty, and Pariyani, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), 5.

penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Mahasiswa IAIN yang bergabung di PT NASA. Berdasarkan hasil wawancara *praresearch* dengan salah satu *upline* di PT NASA Kabupaten Ponorogo, jumlah Mahasiswa IAIN Ponorogo yang bergabung menjadi member sebanyak 150 orang.⁵

2. Sampel

Menurut Sugiyono dalam Arfatin, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar representatif atau mewakili populasi yang diteliti.⁶

Pada penelitian ini akan menggunakan rumus yang diperkenalkan pertama kali oleh Ilmuwan Matematis yaitu Slovin. Menurut Slovin, teknik pengambilan sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus berikut⁷:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = banyak sampel

N = banyak populasi

e = kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan berdasarkan dengan tingkat kesalahan antara lain 1%, 5%, dan 10%.

Menurut Roscoe, terdapat beberapa pilihan yang terbagi dalam menentukan jumlah sampel antara lain:

- a) Ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai 500 orang
- b) Jika ada kategorisasi, maka minimal sampel adalah 30 orang
- c) Jika akan dilakukan analisis multivarian, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel

⁵ Wawancara.

⁶ Nurrahmah, *Pengantar Statistika 1* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 36.

⁷ Aloysius Rangga Aditya Nalendra, *Statistik Seri Dasar Dengan SPSS* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 28.

d) Pada penelitian eksperimen sederhana, perlu adanya kelompok kontrol antara 10-20 orang.⁸

Pada penelitian ini, kesalahan yang akan digunakan adalah 10%, maka akan diperoleh jumlah sampel berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,01)}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Jadi, terdapat 60 member yang menjadi responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang dipilih dalam penelitian ini adalah quota sampling. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara memperhitungkan dan menentukan jumlah sampel yang sesuai, yang dapat mewakili populasi sampai jumlah kuota yang diinginkan dapat terpenuhi.⁹

E. Data dan Sumber Data

Data adalah kumpulan informasi atau keterangan-keterangan yang diperoleh dari pengamatan, informasi tersebut dapat berupa angka, lambang, maupun sifat.¹⁰ Menurut Arikunto, data didefinisikan sebagai semua fakta dan angka-angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi.¹¹ Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua yaitu

⁸ Butarbutar, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 104.

⁹ Agustianti dan Nussifera, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Makassar: CV Tohar Media, 2022), 80.

¹⁰ Fachri Firdaus, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), 146.

¹¹ Ibid., 147.

data primer dan data sekunder.¹² Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung atau dapat dikatakan diperoleh dari tangan pertama. Data tersebut dapat diperoleh dari responden melalui kuesioner maupun hasil dari wawancara dengan narasumber.¹³

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Angket adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan maupun pernyataan dengan tujuan untuk mendapatkan data atau informasi yang harus dijawab oleh responden.¹⁴ Responden yang mengisi kuesioner ini adalah Mahasiswa IAIN Ponorogo yang telah bergabung menjadi member di PT NASA. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo untuk menjalankan bisnis MLM pada PT NASA.

G. Instrumen Penelitian

Kuesioner merupakan instrumen dalam sebuah penelitian sebagai penghubung antara peneliti dan responden dalam mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Instrumen adalah alat bantu yang dipilih dan ditentukan oleh peneliti dalam melakukan proses pengumpulan data penelitian agar proses tersebut berjalan secara sistematis dan mudah.¹⁵ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk kuesioner (angket).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang mempunyai pertanyaan

¹² Ibid., 149.

¹³ Ibid., 151.

¹⁴ M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian" *Skripsi* (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2021), 22.

¹⁵ Firdaus, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), 122-123.

tertutup, artinya kemungkinan jawabannya telah ditentukan terlebih dahulu.¹⁶ Untuk menyusun instrumen, Skala Likert yang memiliki gradasi digunakan sebagai patokan. Gradasi Skala Likert dimulai dari yang sangat negatif sampai dengan yang sangat positif dengan empat alternatif jawaban. Dalam penelitian ini, dilakukan modifikasi pada Skala Likert.

Modifikasi pada skala likert bertujuan untuk menghilangkan kelemahan yang ada pada skala lima tingkat. Modifikasi pada skala likert yang digunakan adalah dengan meniadakan jawaban netral atau yang berada di bagian tengah. Penghilangan jawaban di bagian tengah berdasarkan pertimbangan diantaranya:

- a. Pada kategori tengah memiliki nilai ganda, sehingga bisa diartikan sebagai belum memiliki jawaban atau tidak berkeputusan. Kategori yang ada di tengah biasanya diartikan sebagai “netral”, bahkan tidak memiliki jawaban “setuju” ataupun “tidak setuju”. Sehingga dikatakan sebagai jawaban yang ragu-ragu.
- b. Tersedianya jawaban yang ada pada kategori tengah menimbulkan responden cenderung memilih jawaban netral sehingga dapat dikatakan tidak memiliki jawaban.
- c. Dilakukannya modifikasi memiliki maksud untuk melihat kecenderungan jawaban yang diberikan responden ke arah setuju ataupun jawaban tidak setuju.¹⁷

Berikut jawaban yang akan diberikan:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
SS : Sangat Setuju	4
S : Setuju	3

¹⁶ Amri Amir, Jumaidi, and Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya* (Bogor: IPB Pess, 2009), 152.

¹⁷ Fauziah, *Monogrof Efektivitas E-Learning Berbantuan Edmodo Terhadap Hasil Belajar Dan Minat Belajar Siswa* (Klaten: Lakeisha, 2021), 48.

TS : Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengertian valid dalam penelitian berarti menunjukkan derajat ketepatan antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Pada penelitian kuantitatif yang diuji validitasnya adalah instrumen penelitian (kuesioner) yang memiliki skor.¹⁸ Pengujian validitas instrumen digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Menurut Sugiono, instrumen dikatakan valid jika instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁹

Instrumen uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 29. Apabila suatu item memiliki korelasi item total signifikan (R Hitung lebih besar dari R Tabel), maka item pertanyaannya dinyatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas antara lain:

- a) Apabila R Hitung $\geq R$ Tabel (Pada taraf signifikansi 0,05), maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid.
- b) Apabila R Hitung $\leq R$ Tabel (Pada taraf signifikansi 0,05) maka kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Pada tingkat validitas, uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan R Hitung dengan R Tabel. Pada Degree of Freedom (df) ditentukan melalui $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel.

2. Uji Reliabilitas

¹⁸ Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Perpustakaan Nasional RI : Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2017), 65.

¹⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (Deepublish, 2018), 7-8.

Uji reliabilitas dengan *internal consistency* dilakukan dengan cara menguji instrumen sekali saja, kemudian data yang sudah didapatkan dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen.²⁰ Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* (α) > 0,60.²¹ Pada penelitian ini, rumus yang digunakan adalah koefisien reliabilitas Alfa Cronbach:

$$r_i \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

k = mean kuadrat antara subyek

$\sum s_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = Varians Total

Berikut rumus untuk varians total dan varians item:

$$s_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

$$s_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Keterangan:

JK_i = jumlah kuadrat seluruh skor item

JK_s = jumlah kuadrat subyek²²

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian biasanya uji asumsi klasik digunakan sebagai persyaratan pengujian untuk analisis. Uji asumsi klasik meliputi uji, normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

a) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2013), 131.

²¹ Suharyat, *Model Pengembangan Karya Ilmiah Bidang Pendidikan Islam* (Klaten: Lakeisha, 2022), 756.

²² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), 365.

baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan.²³

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogrov-Smirnov.²⁴ Kriteria pengujian :

- 1) Angka signifikan (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikan (sig) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.²⁵

b) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear yang pasti antara perubahan-perubahan bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Menurut Hair dalam Agus, jika nilai VIF masih kurang dari 10, multikolinearitas tidak terjadi. Dengan terpenuhi semua asumsi regresi linear di atas, model yang dihasilkan dianggap baik untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tak bebas.²⁶

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi). Uji heterokedastisitas pada penelitian ini akan menggunakan uji Glejser. Dalam uji Glejser terdapat beberapa kriteria, yaitu apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independen memiliki nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka model regresi terdapat heterokedastisitas, namun apabila nilai koefisien

²³ Santoso, *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 43.

²⁴ Ibid., 44.

²⁵ Ibid., 46.

²⁶ Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

parameter untuk variabel independen memiliki nilai sig. > 0,05 maka model regresi tidak terdapat heterokedastisitas.²⁷

d) Uji Autokorelasi

Pada analisis regresi sederhana maupun berganda, uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi.²⁸

Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi. Dalam penelitian ini, teknik yang akan digunakan adalah uji *durbin watson*. Uji *durbin watson* digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak adanya variabel lag diantara variabel independen.

Berikut ketentuan pengambilan keputusan uji autokorelasi menggunakan *durbin watson*:

- 1) Jika d (*durbin watson*) lebih kecil dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d (*durbin watson*) terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d (*durbin watson*) terletak antara dL dan dU diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.²⁹

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang tujuannya adalah untuk mengetahui persamaan regresi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN

²⁷ Riyanto dan Hatmawan Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 209.

²⁸ Febry, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 71.

²⁹ Ibid, 72.

Ponorogo terhadap bisnis MLM di PT NASA Kabupaten Ponorogo.

Berikut model regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e^{30}$$

3. Uji Hipotesis

a) Uji F

Uji F atau teknik ANOVA digunakan untuk menguji distribusi atau variasi *means* dalam variabel penjelas secara simultan atau bersama-sama apakah telah signifikan menjelaskan variasi dari variabel yang dijelaskan.³¹ Pengujian dapat dilakukan dengan melihat angka probabilita (sig), dengan ketentuan probabilita $> 0,05$, H_0 diterima H_a ditolak (tidak signifikan). Sedangkan jika probabilita $< 0,05$, H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).³²

b) Uji t

Uji t (uji persial) koefisien regresi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan mempengaruhi variabel terikat. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel sehingga sering disebut Uji t.³³ Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat angka probabilita (sig), dengan ketentuan probabilita $> 0,05$, H_0 diterima H_a ditolak (tidak signifikan). Sedangkan jika probabilita $< 0,05$, H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).³⁴

4. Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Suliyanto, koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas (dependen) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak

³⁰ Firdaus, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 212.

³¹ Rahmawati, Sa'adah, dan Aprillia, *Faktor Kompensasi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 64.

³² Ibid., 65.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid., 66.

bebas (independen). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Menurut Ghozali, apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas.³⁵



³⁵ Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 79.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil PT NASA

PT NASA berdiri pertama kali di kota Yogyakarta pada tanggal 1 Oktober 2002. PT NASA merupakan perusahaan berskala nasional yang bergerak dalam bidang Produk Agrokompleks, Nutrisi Kesehatan, Kebutuhan sehari-hari, dan Produk inovasi teknologi. Produk yang diperjual belikan merupakan karya anak bangsa, jadi produk-produk ini berasal dari dalam negeri. Prinsip produksi yang berhasil digunakan PT NASA untuk mengembangkan teknologi agrokompleks adalah 3K, yaitu Kualitas, Kuantitas, dan Kelestarian yang meliputi:

a. Pertanian dan Perkebunan

Pupuk Organik (Cair, Padat, Granule, Serbuk), Pembenh Tanah Organik, hormon tanaman (ZPT Organik), Pengendali Hama Penyakit Alami, dan Benih Unggul.

b. Peternakan

Suplemen Nutrisi khusus Ternak dan Unggas

c. Perikanan

Suplemen Nutrisi untuk mengoptimalkan pertumbuhan ikan ataupun udang dan Pembenh lingkungan kolam atau tambak

d. Lingkungan Hidup

Reklamasi lahan rusak dan pengolah limbah.

Sedangkan Produk Nutrisi kesehatan, kebutuhan sehari-hari, dan inovasi teknologi hanya benar-benar dipilih produk-produk yang memiliki kualitas tinggi dan dibutuhkan masyarakat. Produk yang didistribusikan PT NASA merupakan produk yang habis dipakai, yang artinya ketika dikonsumsi akan habis. PT NASA memiliki kekuatan *protected stable customer* yang artinya dapat membuat pelanggan fanatik dan terikat, sehingga ketika produknya habis, customer akan

membeli kembali karena manfaat yang telah dirasakan. Dengan begitu, distributor yang menjual produk-produk PT NASA akan diuntungkan.¹

2. Visi dan Misi PT NASA

Dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuan perusahaan, PT NASA memiliki prinsip kerja untuk mendapatkan P-rofit, P-engetahuan, L-eluaskan, NA-ma baik, S-ilaturahmi, dan A-mal (PPL NASA) sebagai berikut:

Visi : Hidup bahagia dan sejahtera selaras alam

Misi : Bersama menuju masa depan lebih baik

Tujuan : Pemberdayaan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkelanjutan.

3. Produk PT NASA

Produk yang diperjual belikan oleh PT NASA sangat beragam. Banyak sekali produk-produk pertanian atau perkebunan, peternakan atau perikanan, kesehatan, kecantikan, rumah tangga, dan teknologi inovasi yang diperjual belikan. Berikut beberapa produk yang berada di PT NASA:

a. Pertanian/Perkebunan

1) AERO 810, merupakan produk perekat perata pembasah teruma untuk pestisida (fungisida, insektisida, dan herbisida) juga digunakan sebagai pupuk cair. AERO 810 tidak banyak memebentuk busa, memiliki sifat biodegradable, dapat terurai secara alami sehingga aman bagi lingkungan.

2) METILAT LEM SL, merupakan produk pengendali hama organik hasil ekstraksi tanaman *Melalucea Brachteata* sebagai pengendali lalat buath dan dapat digunakan untuk pengamatan tingkat serangan hama tsb.

b. Peternakan/Perikanan

¹ “Daftar Distributor PT Natural Nusantara – Produk Organik Alami Natural Nusantara.” dalam <http://www.mitra.nasaofficial.com/>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, jam 19.03).

- 1) TON (Tambak Organik Nusantara), merupakan produk organik yang memiliki formula alami khusus tambak untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk, serta menjaga kelestarian kesuburan kolam.
- 2) Tangguh Pupuk Hayati Cair, merupakan teknologi yang memiliki berbagai mikroorganisme menguntungkan bagi tanaman, ternak, dan ikan. Produk ini dibuat berasal dari bahan yang alami sehingga aman dan sehat.

c. Kesehatan

- 1) V1, merupakan produk minuman serbuk rasa buah dan sayur.
- 2) NSBO Red, merupakan minyak terapi aroma cengkeh. Kegunaannya sendiri adalah untuk meringankan memar, sebagai minyak gosok yang mampu meredakan pegal linu, dan dapat melancarkan peredaran darah.

d. Kecantikan

- 1) Collaskin-T, merupakan minuman teh yang diformulasikan untuk kesehatan dan kecantikan. Berisikan teh dan sabun batang yang mampu memberikan nutrisi untuk kulit.
- 2) Moreskin All Variant Parfume, merupakan wewangian yang dihasilkan dari proses ekstraksi bahan-bahan aromatik yang digunakan untuk memberikan aroma wangi bagi tubuh.

e. Rumah Tangga

- 1) Wedang Uwuh Original, merupakan seduhan minuman botanikal. Minuman ini bermanfaat untuk meringankan masuk angin, menghilangkan rasa lelah, flu, batuk, dan melegakan tenggorokan. Hal itu karena setiap rempahnya memiliki manfaat yang beragam.
- 2) Pasta Gigi NASA, merupakan pasta gigi yang mengandung minyak aroma alami yang memiliki rasa dan bau segar. Pasta gigi NASA membantu memberikan perlindungan gigi dan gusi menyeluruh.

f. Teknologi Inovasi

RPM atau Racing Power Machine (Bensin dan Diesel), merupakan teknologi aditif bahan bakar. Bentuk dari produk tersebut adalah padatan/pil yang mudah diaplikasikan, berbasis bahan organik dan bahan asli Indonesia, dan aman bagi manusia dan lingkungan.

4. Mekanisme Pendaftaran Mitra Usaha

a. Seseorang yang ingin menjadi Mitra Usaha PT NASA diwajibkan untuk:

- 1) Mengisi formulir pendaftaran yang telah disiapkan secara jujur dan benar.
- 2) Melampirkan foto copy KTP atau identitas lain yang masih berlaku.
- 3) Memiliki rekening bank atas nama calon Mitra Usaha
- 4) Membayar biaya pendaftaran Rp 200.000.

b. Pendaftaran sebagai Mitra Usaha baru sah setelah menerima stater kit dan memenuhi persyaratan menjadi mitra usaha sesuai dengan kode etik perusahaan yang berlaku. Stater kit merupakan berbagai macam informasi dan butir-butir yang penting tentang bisnis pemasaran produk NASA.

c. Calon Mitra Usaha wajib membaca peraturan dan syarat-syarat menjalankan PT NASA sebelum memastikan menjadi Mitra Usaha.

d. Setelah permohonan keanggotaan seorang Mitra Usaha disetujui, maka yang bersangkutan berhak mendapatkan sebuah Kartu Anggota.

e. Dengan disetujuinya keanggotaan seseorang, secara otomatis Mitra Usaha yang bersangkutan terikat dengan segala ketentuan yang terdapat dalam kode etik perusahaan yang berlaku.²

B. Hasil Pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

² “PT Natural Nusantara.” dalam <https://naturalnusantara.co.id/id/profile.html>, (diakses pada tanggal 26 Maret 2023, jam 10.27).

a. Uji Validitas Instrumen *Personal* (X1)

Pengukuran sampel yang berjumlah 30 responden pada uji validitas ini, dilakukan berdasarkan dengan kriteria yang telah ditentukan. Jika R hitung \geq R tabel maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid, tetapi sebaliknya jika R hitung \leq R tabel maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Dapat dilihat dari hasil uji validitas instrumen berikut:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Variabel *Personal* (X1)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
P1.a	0,586	0,349	VALID
P1.b	0,657	0,349	
P2.a	0,786	0,349	
P2.b	0,698	0,349	
P3.a	0,556	0,349	
P3.b	0,683	0,349	

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan taraf sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa instrumen yang telah diisi oleh responden menunjukkan keterangan valid. Hasil ini didasarkan pada hasil uji validitas dengan hasil diperoleh R hitung $>$ R tabel dimana nilai R tabel sebesar 0,349. Artinya, untuk variabel personal (X1) menunjukkan pernyataan yang valid.

b. Uji Validitas Instrumen *Sosiological* (X2)

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel *Sosiological* (X2)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
S1.a	0,357	0,349	VALID
S1.b	0,780	0,349	
S2.a	0,645	0,349	
S2.b	0,533	0,349	
S3.a	0,775	0,349	
S3.b	0,555	0,349	

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan taraf sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa instrumen yang telah diisi oleh responden menunjukkan keterangan valid. Hasil ini didasarkan pada hasil uji validitas dengan hasil diperoleh R hitung > R tabel dimana nilai R tabel sebesar 0,349. Artinya, untuk variabel sosiological (X2) menunjukkan pernyataan yang valid.

c. Uji Validitas Instrumen *Environmental* (X3)

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel *Environmental* (X3)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
E1.a	0,830	0,349	VALID
E1.b	0,723	0,349	
E2.a	0,857	0,349	
E2.b	0,835	0,349	
E3.a	0,752	0,349	
E3.b	0,753	0,349	

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan taraf sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa instrumen yang telah diisi oleh responden menunjukkan keterangan valid. Hasil ini didasarkan pada hasil uji validitas dengan hasil diperoleh R hitung > R tabel dimana nilai R tabel sebesar 0,349. Artinya, untuk variabel environmental (X3) menunjukkan pernyataan yang valid.

d. Uji Validitas Instrumen Keputusan Berwirausaha (Y)

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1.a	0,533	0,349	VALID
Y1.b	0,652	0,349	
Y2.a	0,464	0,349	
Y2.b	0,473	0,349	
Y3.a	0,603	0,349	
Y3.b	0,775	0,349	
Y4.a	0,597	0,349	
Y.4b	0,433	0,349	

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan taraf sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa instrumen yang telah diisi oleh responden menunjukkan keterangan valid. Hasil ini didasarkan pada hasil uji validitas dengan hasil diperoleh R hitung > R tabel dimana nilai R tabel sebesar 0,349. Artinya, untuk variabel keputusan berwirausaha (Y) Mahasiswa IAIN Ponorogo di PT NASA menunjukkan pernyataan yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y

Variabel	Cronbach's Alpa	Keterangan
Y	0,651	Reliabel
X1	0,875	
X2	0,657	
X3	0,731	

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari uji reliabilitas yang dilakukan untuk menguji instrumen yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa seluruh variabel dapat dikatakan reliabel. Dapat dilihat dari uji yang telah dilakukan, jika nilai *cronbach's alpa* > 0,60 maka reliabilitas instrumen dapat diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwasannya seluruh pernyataan yang digunakan untuk pengambilan data memiliki hasil reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Karakteristik responden berdasarkan usia Mahasiswa IAIN Ponorogo yang bergabung menjadi member di PT NASA dikategorikan menjadi lima yang dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 6
Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	Presentase
<19 tahun	2	3,33%
19 tahun	1	1,67%
20 tahun	16	26,67%
21 tahun	13	21,67%
22 tahun	12	20%
23 tahun	11	18,33%

>23 tahun	5	8,33%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa Mahasiswa IAIN Ponorogo yang banyak bergabung untuk menjadi member di PT NASA yaitu Mahasiswa yang berusia 20 tahun dengan jumlah 16 orang (26,67%), Mahasiswa yang berusia 21 tahun berjumlah 13 orang (21,67%), usia 22 tahun dengan jumlah 12 orang (20%), usia 23 tahun dengan jumlah 11 orang (18,33%), dan yang terakhir Mahasiswa dengan usia >23 tahun dengan jumlah 5 orang (8,33%). Jadi dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa IAIN Ponorogo yang paling banyak untuk memutuskan berwirausaha pada PT NASA dengan cara menjadi member adalah responden yang memiliki usia 20 tahun.

D. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal. Kriteria untuk pengujian ini, yaitu jika angka sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal, tetapi jika angka sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, digunakan SPSS 29 untuk membantu melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Normalitas

IAIN
PONOROGO

N		60	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,17657688	
Most Extreme Differences	Absolute	,105	
	Positive	,038	
	Negative	-,105	
Test Statistic		,105	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,098	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,097	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,089
		Upper Bound	,104

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas, data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai sig. yang lebih besar dari taraf kesalahan ($0,098 > 0,05$), sehingga model regresi yang digunakan memenuhi syarat kenormalan.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas yaitu terdapat hubungan linear yang pasti antara perubahan-perubahan bebasnya. Dalam uji multikolinieritas, jika nilai VIF $< 10,0$ maka multikolinieritas tidak terjadi, tetapi jika yang terjadi VIF $> 10,0$ maka multikolinieritas terjadi. Berikut dapat dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Personal</i> (X1)	0,656	1,523	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<i>Sociological</i> (X2)	0,487	2,053	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<i>Environmental</i>	0,564	1,772	Tidak Terjadi Multikolinieritas

(X3)			
------	--	--	--

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Berdasarkan gambar di atas, dari variabel X1, X2, dan X3 didapatkan nilai VIF < 10,0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel X1, X2, dan X3.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Dalam penelitian ini, digunakan uji Glejser yaitu apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independen memiliki nilai sig. < 0,05 maka model regresi terdapat heterokedastisitas, namun apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independen memiliki nilai sig. > 0,05 maka model regresi tidak terdapat heterokedastisitas. Dapat diperhatikan hasil uji menggunakan SPSS berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,508	2,157		,235	,815
	Skor P	,188	,102	,293	1,844	,070
	Skor S	-,038	,133	-,052	-,283	,778
	Skor E	-,103	,083	-,213	-1,241	,220

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Berasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa variabel X1 (0,070), X2 (0,778), dan X3 (0,220) lebih dari 0,05. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya data yang diuji menggunakan uji Glejser tidak terdapat heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji *durbin watson* yang digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak adanya variabel lag diantara variabel independen. Berikut ketentuan pengambilan keputusan uji autokorelasi dengan *durbin watson*:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai dU diperoleh dengan melihat tabel *Durbin Watson*. Dalam penelitian, banyak variabel independen yang digunakan adalah 3 dengan banyaknya data adalah 60 sehingga $k=3$ dan $n=60$. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% diperoleh nilai $dU=1,689$. Hasil perhitungan nilai *durbin watson* yang dihasilkan dari model regresi ditunjukkan pada tabel 4.10.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,516 ^a	,266	,227	2,234	1,811

a. Predictors: (Constant), Skor E, Skor P, Skor S

b. Dependent Variable: Skor Y

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai *durbin watson* yang diperoleh dari hasil regresi sebesar 1,811. Dengan demikian, dU ($1,689$) < *durbin watson* ($1,811$) < $4-dU$ ($2,311$) maka H_0 diterima. Artinya, tidak ada gejala autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

2. Uji Regresi Linier Beganda

Tujuan dilakukannya uji regresi linier berganda untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut model regresi linier berganda pada penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan berwirausaha

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel X1

β_2 : Koefisien regresi variabel X2

β_3 : Koefisien regresi variabel X3

X1 : *Personal*

X2 : *Sociological*

X3 : *Environmental*

e : Error

Berikut hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,942	3,452		3,460	,001
	Skor P	,224	,163	,194	1,371	,176
	Skor S	,598	,213	,462	2,816	,007
	Skor E	-,118	,133	-,135	-,888	,378

a. Dependent Variable: Skor Y

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

$$Y = 11,942 + 0,224X_1 + 0,598X_2 - 0,118X_3 + e$$

Maka dapat dijelaskan bahwa:

- Hasil nilai konstanta 11,942 menunjukkan bahwa variabel *personal*, *sociological*, dan *environmental* tidak mengalami perubahan. Jadi variabel Y tetap memiliki nilai sebesar 11,942.
- Nilai koefisien regresi variabel *personal* sebesar 0,224 positif yang menunjukkan pengaruh searah antara variabel X1 terhadap Y. Yang

artinya, jika variabel X1 meningkat maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,224.

- c. Nilai koefisien regresi variabel *sosiological* sebesar 0,598 positif yang menunjukkan pengaruh searah antara variabel X2 terhadap Y, Yang artinya, jika variabel X2 meningkat maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,598.
- d. Nilai koefisien regresi variabel *environmental* sebesar -0,118 negatif yang menunjukkan pengaruh tidak searah antara variabel X3 terhadap Y. Yang artinya, bila variabel X3 meningkat maka variabel Y mengalami penurunan sebesar -0,118.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat angka probabilita (sig.), dengan ketentuan probabilita > 0,05, maka Ho diterima Ha ditolak (tidak signifikan). Sedangkan jika probabilita < 0,05, maka Ho ditolak Ha diterima (signifikan). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H₀ : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

H_a : Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4. 12
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,942	3,452		3,460	,001
	Skor P	,224	,163	,194	1,371	,176
	Skor S	,598	,213	,462	2,816	,007
	Skor E	-,118	,133	-,135	-,888	,378

a. Dependent Variable: Skor Y

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Dari hasil uji di atas, dapat dinyatakan bahwa:

- 1) Variabel *Personal* (X1) terhadap Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dikatakan bahwa $\text{sig. } 0,176 > 0,05$ artinya H_0 diterima H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tidak berpengaruh terhadap variabel Y

2) Variabel *Sociological* (X2) terhadap Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dikatakan bahwa $\text{sig. } 0,007 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y

3) Variabel *Environmental* (X3) terhadap Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dikatakan bahwa $\text{sig. } 0,378 > 0,05$ artinya H_0 diterima H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak berpengaruh terhadap variabel Y

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji distribusi *means* dalam variabel penjelas secara simultan apakah telah signifikan menjelaskan variasi variabel yang dijelaskan. Berikut hasil uji data:

Tabel 4. 13
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101,222	3	33,741	6,760	<,001 ^b
	Residual	279,512	56	4,991		
	Total	380,733	59			

a. Dependent Variable: Skor Y

b. Predictors: (Constant), Skor E, Skor P, Skor S

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, uji F yang dilakukan mendapat nilai $F_{hitung} = 6,760$ dan $F_{tabel} = 2,76$, yang diperoleh dari Df (1) = jumlah variabel sebesar 3 dan Df (2) = jumlah responden sebanyak 60. Apabila dianalisis, $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $6,760 > 2,76$ dan P-value (sig) $0,001 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya

variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

5. Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4. 14
Hasil Uji R^2 Variabel X1, X2, dan X3 terhadap Variabel Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,516 ^a	,266	,227	2,234	1,811

a. Predictors: (Constant), Skor E, Skor P, Skor S

b. Dependent Variable: Skor Y

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 29 Tahun 2023

Hasil uji determinasi koefisien menunjukkan nilai R Square sebesar 0,266. Dapat dijelaskan bahwa variabel independen berpengaruh 26,6% terhadap variabel dependen, untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Personal* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan analisis dengan bantuan *software* SPSS 29, pada tabel 4.12 uji t pengaruh *personal* terhadap keputusan berwirausaha dapat diketahui bahwa hasil nilai sig. $0,176 > 0,05$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *personal* (X1) terhadap keputusan berwirausaha (Y).

H_0 menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara faktor *personal* dengan keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM di PT NASA. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Brian Kumara pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa faktor kepribadian tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan berwirausaha.³ Namun hasil ini tidak sesuai dengan teori Bygrave yang menyatakan bahwa faktor *personal*

³ Kumara, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial," 55.

berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.⁴ Bygrave menjelaskan jika faktor *personal* menyangkut beberapa aspek kepribadian, yaitu dorongan karena faktor usia, keberanian dalam menanggung resiko, dan komitmen atau minat yang dimiliki dalam melakukan bisnis tinggi.⁵

Yang menjadi penyebab faktor *personal* berpengaruh negatif terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo untuk melakukan bisnis MLM di PT NASA adalah terdapat responden yang tidak setuju dengan pernyataan jika keputusannya untuk melakukan wirausaha adalah karena umurnya yang sudah cukup. Dan juga adanya responden yang tidak memiliki komitmen untuk mengembangkan usahanya sampai berhasil.⁶

2. Pengaruh *Sociological* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Pada tabel 4.12 diketahui uji t pengaruh *sociological* terhadap keputusan berwirausaha menunjukkan hasil nilai sig. $0,007 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *sociological* (X_2) dan variabel keputusan berwirausaha (Y). Artinya, variabel *sociological* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo yang melakukan bisnis MLM di PT NASA.

H_a menyatakan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor *sociological* dengan keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM. Hasil ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deya Ayu pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa variabel *sociological* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.⁷

Hasil penjelasan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bygrave, yaitu terdapat faktor hubungan atau jaringan yang

⁴ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 3.

⁵ *Ibid.*, 4.

⁶ Hasil Jawaban Kuesioner, 2023.

⁷ Ayu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo," 75.

dimiliki. Artinya jaringan pertemanan atau rekan dapat membantu dalam menjalankan usahanya.⁸ Faktor adanya pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya juga dapat membantu berjalannya suatu bisnis.⁹ Selain itu menurut Buchari Alma, faktor dorongan dari orangtua untuk membuka suatu usaha memiliki peran yang penting karena akan timbul keberanian untuk berdiri sendiri.¹⁰

3. Pengaruh *Environmental* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan analisis dengan bantuan software SPSS 29, pada tabel 4.12 uji t pengaruh personal terhadap keputusan berwirausaha dapat diketahui bahwa hasil nilai sig. $0,378 > 0,05$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel personal (X3) terhadap keputusan berwirausaha (Y).

H_0 menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara faktor *environmental* dengan keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo untuk melakukan bisnis MLM di PT NASA. Hasil ini tidak sesuai dengan teori dari Alma yang menyatakan bahwa faktor *environmental* menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Menurut Alma faktor *environmental* yang mempengaruhi keputusan berwirausaha seseorang adalah adanya persaingan dalam dunia kehidupan, terdapat sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan, dan mengikuti banyak pelatihan yang biasa disebut dengan *incubator* bisnis.¹¹ Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afriyanti Hasanah dan Nurhasikin pada tahun 2019, dimana dalam penelitiannya dijelaskan bahwa *environment support* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan berwirausaha.¹²

⁸ D. Bygrave and Zacharakis, *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*, 10.

⁹ *Ibid.*, 15.

¹⁰ Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*, 8.

¹¹ *Ibid.*, 9.

¹² Hasanah dan Nurhasikin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa," 201.

Menurut Elissaveta dan Petra, seiring berjalannya waktu faktor *environmental* akan terus berkembang karena akan ada data baru dan alternatif baru yang muncul. Dengan begitu, akan lebih banyak informasi yang nantinya masuk dan seseorang harus memutuskan mana hasil yang tepat. Namun, menurut Zacharakis dan Meyer mereka mengatakan bahwa data tambahan meskipun relevan, tetapi membuat keputusan menjadi lebih kompleks. Menurut Harris, keadaan dimana seseorang mendapatkan informasi dari lingkungan secara intens seringkali keputusan dapat diambil secara cepat serta ceroboh atau bahkan dapat terjadi kelumpuhan keputusan (dapat dikatakan tidak ada keputusan yang dibuat sama sekali).¹³

4. Pengaruh *Personal, Sociological, Environmental* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Diketahui pada tabel 4.13 uji F yang dilakukan mendapatkan nilai Fhitung 6.760 dan Ftabel 2,76 diperoleh dari Df (1) = jumlah variabel sebesar 3 dan Df (2) = jumlah responden sebanyak 60. Apabila dianalisis, Fhitung > Ftabel atau $6,760 > 2,76$ dan P-value (sig) $0,001 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen (*personal, sociological, dan environmental*) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan berwirausaha) secara simultan.

Dan pada tabel 4.14 determinasi koefisien menunjukkan nilai R Square sebesar 0,266. Dapat dijelaskan bahwa variabel independen berpengaruh 26,6% terhadap variabel dependen, untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

¹³ Ivanova dan Gibcus, "The Decision Making Entrepreneur: Literatur Review," terj. *SCALES: SCientific AnaLysis of Entrepreneurship and SMEs*, (2003), 25.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian dan analisis yang telah dipaparkan, kemudian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji t didapatkan hasil nilai sig. $0,176 > 0,05$ membuktikan bahwa faktor *personal* berpengaruh negatif terhadap variabel keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA. Dengan demikian, tidak sesuai dengan teori Bygrave yang mengatakan bahwa faktor *personal* mempengaruhi keputusan berwirausaha. Hal ini dikarenakan terdapat mahasiswa yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa keputusannya untuk melakukan wirausaha karena umurnya yang sudah cukup, selain itu juga terdapat mahasiswa yang tidak memiliki komitmen untuk mengembangkan usahanya sampai berhasil.
2. Dari hasil uji t didapatkan hasil nilai sig. $0,007 < 0,05$ membuktikan bahwa faktor *sociological* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA. Hasil ini sesuai dengan teori Bygrave bahwa faktor *sociological* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Ini menunjukkan jika pengaruh faktor *sociological* untuk melakukan bisnis MLM pada PT NASA semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA.
3. Hasil uji t didapatkan hasil nilai sig. $0,378 > 0,05$ membuktikan bahwa faktor *environmental* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA. Hasil ini tidak sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Bygrave, bahwa faktor *environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Berdasarkan hasil regresi, terdapat

pengaruh yang tidak searah antara variabel faktor *environmental* terhadap keputusan berwirausaha. Dimana semakin meningkat pengaruh faktor *environmental* untuk melakukan bisnis MLM pada PT NASA maka keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA mengalami penurunan.

4. Hasil uji f didapatkan nilai $f_{hitung} (6,760) > f_{tabel} (2,76)$ yang menunjukkan variabel faktor *personal*, *sosiological*, dan *environmental* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam melakukan bisnis MLM pada PT NASA. Kemudian dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa sebanyak 26,6% faktor *personal*, *sosiological*, dan *environmental* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha sedangkan 73,4% yang lain dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari hasil dan simpulan penelitian yang diperoleh, saran yang bisa diberikan yaitu:

1. Bagi stokis PT NASA yang berada di Kabupaten Ponorogo untuk terus membantu meningkatkan semangat kerja para member yang bergabung di PT NASA. Sehingga para member dapat terus meningkatkan kemauannya untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis MLM yang sedang dijalankan saat ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memperluas subyek dan obyek penelitian selain Mahasiswa IAIN Ponorogo. Selain itu juga, bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain agar muncul pembaharuan dan perkembangan terkait studi tentang keputusan berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nalendra, Aloysius Rangga. *Statistik Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021.
- Agustianti, Rifka, Pandriadi, and Lissiana Nussifera. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Makassar: CV Tohar Media, 2022.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Al-Qur'an*, n.d.
- Amir, Amri, Jumaidi, and Yulmardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*. Bogor: IPB Pess, 2009.
- Andriani, Andriani. "Analisis Pemberian Bonus Pada Stem Multi Level Marketing Syariah Produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI): Studi Kasus Pada Business Center HPAI Mataram." PhD Thesis, UIN Mataram, 2020.
- Ayu, Deya. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Penjual Paket Data Internet Di Kecamatan Babadan, Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2022.
- "Badan Pusat Statistik." Accessed April 20, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html>.
- Bahlia, Lia. "Pengaruh Pengetahuan Santri Terhadap Minat Produk Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten)." PhD Thesis, UIN SMH BANTEN, 2021.
- Butarbutar, Marisi, Hastin Umi Anisah, Bestadrian Prawiro Theng, Christina Yanita Setyawati, Nobelson, Prima Yustitia Nurul Islami, Indah Purnama Sari, et al. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.
- D. Bygrave, William, and Andrew Zacharakis. *MBA Portabel Dalam Kewirausahaan*. 4th ed. Canada: John Wiley & Sons, 2009.
- Daftar Distributor PT Natural Nusantara. "Daftar Distributor PT Natural Nusantara – Produk Organik Alami Natural Nusantara." Accessed January 20, 2023. <http://www.mitra.nasaofficial.com/>.
- Damanik, Bahrudi Efendi. *Macam Variable Yang Mempengaruhi Motivasi Belajar (Kompetensi, Fasilitas, Lingkungan Belajar)*. Indramayu: Adab, 2022.
- Dasopang, Nursania. "Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam." *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 6, no. 1 (2020): 155–64.
- Dewi, Kurnia, Hasanah Yaspita, and Airine Yulianda. *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI : Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2017.
- Dinar, Muhammad, Ihsan Said Ahmad, and Muhammad Hasan. *Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Fauziyah, Syifa. *Monogrof Efektivitas E-Learning Berbantuan Edmodo Terhadap Hasil Belajar Dan Minat Belajar Siswa*. Klaten: Lakeisha, 2021.
- Febry, Timotius, and Teofilus. *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Firdaus, Fachri, Marianus Yufrinalis, Rahmawida Putri, Supriyanto, Theresia L.L. Penny, Dwi Irawati, Mesak Y. Awang, Suropto, Sani Haryati, and Ardi Afrizal. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Fitriani, Hanik. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Gethuk Pisan Mekar Sari Ngadiluwih Kabupaten Kediri)." IAIN Tulungagung, 2021.
- Hapsari, Mega Tunjung. "Analisis Strategi Pemasaran PT Natural Nusantara Di Yogyakarta" 6, no. 2 (2020): 251–60.
- Hasanah, Afriyanti, and Nurhasikin Nurhasikin. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa." *Journal of Applied Business Administration* 3, no. 2 (2019): 194–204.
- Hasil Jawaban Kuesioner, 2023.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran, 2019.
- Ihsan. Wawancara, January 22, 2023.
- Indarto, and Chatarina Yekti P. "Faktor-Faktor Pendorong Minat Wirausaha Stratup." *Jurnal Ilmiah Unviersitas Semarang : Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 14, no. 3 (2021): 207–21.
- Ismayani, Ade. *Metodologi Penelitian*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Pess, 2019.
- Ivanova, Elissaveta, and Petra Gibcus. "The Decision Making Entrepreneur : Literatur Review." *SCALS (SCientific AnaLysis of Entrepreneurship and SMEs)*, 2003.
- Jamu, Maria Endang. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (2018): 305–17.
- Kaja. *Pengambilan Keputusan Suatu Tindakan Dan Solusi*. 1st ed. Klaten: Lakeisha, 2022.

- Kumara, Brian. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6, no. 1 (2020): 52–56.
- Kuncoro, Anis Tyas. "Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah." *Majalah Ilmiah Sultan Agung* 45, no. 119 (2022): 21–36.
- Luailiyah, Zahirotul. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah Pada PT. Veritra Sentosa Internasional." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018.
- Maharani, Shinta, and Susi Rahayu Anggarani. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Di BMT Hasanah Ponorogo." *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2018): 179–96.
- Makbul, M. "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian." UIN Alauddin Makassar, 2021.
- Mantik, Jesica Claudia, Bernhard Tewel, and Lucky OH Dotulong. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha Pada Pengusaha Kecil Di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020).
- Misbach, Irwan. "Perilaku Bisnis Syariah." *Al-Idarah* 5 (2017): 33–44.
- Moeliono, Nadya Novandriani Karina. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bergabung Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Pada: Member Imogen Cv. Janitra Jaya Mulia)." *EProceedings of Management* 8, no. 5 (2021).
- Nofia Sari, Dina. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Kuliner Di Ponorogo Bermitra Dengan Grab." IAIN Ponorogo, 2020.
- Nuraini, Nafisa, Nurprapti Nurprapti, and Ronny Yudhi Septa. "Kegiatan Personal Selling Distributor Multi Level Marketing (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distributor Herbalife Di Tangerang)." PhD Thesis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018.
- Nurrahmah, Arfatin, Febri Rismaningsih Sc S. Pd Si , M., Ul'fah Hernaeny Pd M., Linda Pratiwi M.Pd, Wahyudin M.Pd, Abdul Rukyath M.Pd, Fitri Yati M.Pd A. Md RO , SKM, Lusiani M.Pd S. Pd Si, Dinar Riaddin M.Pd, and Dr Jan Setiawan M.Si S. Si. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Parwaji, Herma. *Agar Tidak Gagal Paham MLM (Multi Level Marketing)*. Yogyakarta: PT Natural Nusantara, 2020.
- "PT Natural Nusantara." Accessed April 14, 2023. <https://naturalnusantara.co.id/id/system/business-information.html>.
- Purwati, Astri Ayu, Marlan Daud Sihombing, and Ratni Prima Lita. "Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Minat Wirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi

- Di Kota Pekanbaru.” *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis* 4, no. 2 (2019): 200–213.
- Purwoto, Agus. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Putra, Irsam Darma. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia,” 2018.
- Rahma, Anisa. “Analisis Faktor Faktor Pendorong Wanita Mengambil Keputusan Berwirausaha Pada Sentra Usaha Mikro Kecil Batik Jambi Kota Seberang,” 2018.
- Rahmawati, Ita, Lailatus Sa’adah, and Devi Aprillia. *Faktor Kompensasi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Hatmawan Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rizal, Fitra, and Haniatul Mukaromah. “Kebijakan Pemerintah Indonesia Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Akibat Pandemi Covid-19.” In *AICOMS: Annual Interdisciplinary Conference on Muslim Societies*, 1:1–12, 2021.
- Roflin, Edi, Iche Andriyani Liberty, and Pariyani. *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish, 2018.
- Ruslan, Muhammad. “Analisis Model Bisnis TalkFusion (Studi Kasus Di Komunitas TalkFusion Kota Malang).” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015.
- Samsuri, Tjetjep. “Kajian, Teori, Kerangka Konsep Dan Hipotesis Dalam Penelitian,” 2003.
- Santoso, Singgih. *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Saputra, Aditya. Wawancara, March 7, 2023.
- Sari, Raihanah, Mahmudah Hasanah, Marya Ulfah, and Fathul Jannah. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan.” *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 2 (2022): 398–401.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharyat, Yayat. *Model Pengembangan Karya Ilmiah Bidang Pendidikan Islam*. Klaten: Lakeisha, 2022.
- Suryana. *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Syaekhu, Ahmad, and Suprianto. *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.
- Tafsir AlQuran Online. “Fatwa DSN MUI Tentang Akad Ju’alah.” Accessed May 21, 2023. <https://tafsirq.com/konten/dsn/akad-jualah>.
- Ustha, Endrianto. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha Di Pekanbaru’(Studi Kasus Pada Empat Universitas Di Pekanbaru).” *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2018).
- Wahidatul Munawaroh, Siti. Wawancara, February 13, 2023.
- Wahyuni, Sri. *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Wijatno, Serian. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Yusnia, Zumrotul. Wawancara, February 8, 2023.
- Zaki Fuadi, Ahmad. Wawancara, February 14, 2023.
- Zakia, Khilya. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang.” Universitas Negeri Semarang, 2019.
- Zilyana Nabila, Ananda. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha Berbasis Syariah Di Kota Bandar Lampung.” Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2022.
- Zukhruf Kurniullah, Ardhariksa, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Anggri Puspita Sari, Sisca Mardia, and Darwin Lie. *Kewirausahaan Dan Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Penulis, 2021.