

**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA BISNIS *MULTILEVEL*
MARKETING ORIFLAME DI
MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

OLEH :

**AYU MARDIANA PRATIWI
178320052**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repositorv.uma.ac.id)16/12/24

**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA BISNIS *MULTI LEVEL*
MARKETING ORIFLAME DI
MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Medan Area



OLEH :

**AYU MARDIANA PRATIWI
178320052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositorv.uma.ac.id)16/12/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Individu dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bisnis *Multilevel Marketing* di Medan Selayang
Nama : Ayu Mardiana Pratiwi
NPM : 178320052
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pemanding

(H. Amrin Mulia Utama Nst, S.E., M.M)

(Yuni Cahputri, S.E., M.Si)

Pembimbing

Pemanding

Mengetahui :



(Ahmad Rafiq, BBA (Hon.), M.Mgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Fitriani Tobing, S.E., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 10 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS *MULTILEVEL MARKETING* ORIFLAME DI MEDAN SELAYANG”** yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penelitian ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 9 Agustus 2024



AYU MARDIANA PRATIWI
NPM. 178320052

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, Saya yang bertanda
tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Mardiana Pratiwi
Npm : 178320052
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS MULTILEVEL MARKETING ORIFLAME DI MEDAN SELAYANG**" Dengan hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencita dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 9 Agustus 2024
Yang Menyatakan



AYU MARDIANA PRATIWI
178320052

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

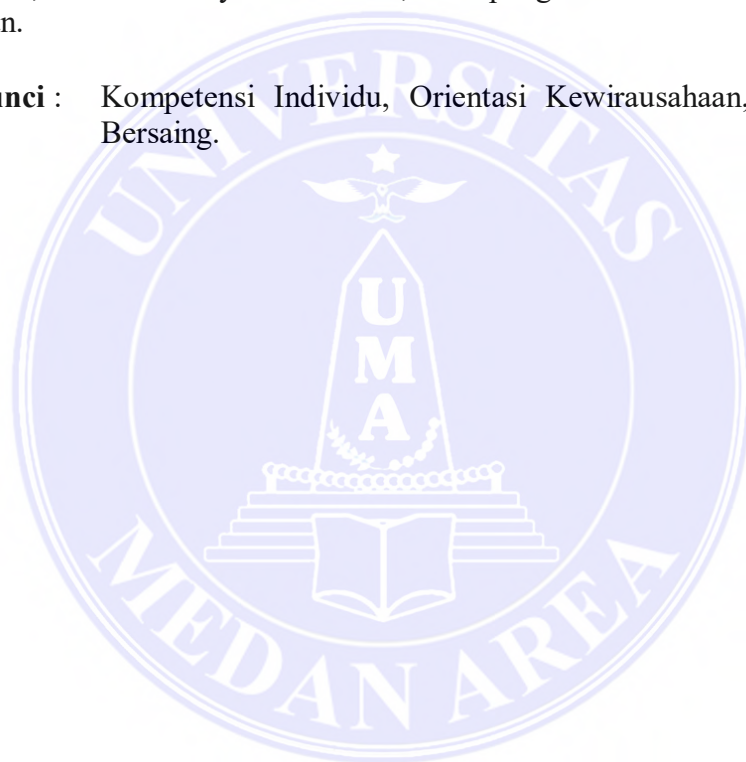


Nama	Ayu Mardiana Pratiwi
Npm	178320052
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 27 Maret 2000
Nama Orang Tua	
Ayah	Ruslan
Ibu	Rosna
Riwayat Pendidikan	
SMP	SMP N.9 Medan
SMA	SMA Dharma Pancasila
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	1. 3 Bulan Produksi Jagung 2. 1 Tahun Admin Teh Daun Jati 3. 1 Bulan waiters 4. 1 Tahun Produksi Parfume
No Hp/WhatsApp	089526430276
Email	Ayumardiana15@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kompetensi Individu dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bisnis *MultiLevel Marketing* Oriflame di Medan Selayang”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah member yang bergabung di Orilame sekitaran medan selayang sebanyak 63 member. Berdasarkan hasil t dapat dilihat bahwa thitung pada variabel kompetensi individu sebesar $4,329 > 2000$, variabel orientasi kewirausahaan sebesar $2,067 > 2000$ dan nilai signifikansi $0,04 < 0,05$ terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil uji F maka kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung $11,801 > 3,150$ terhadap keunggulan bersaing. berdasarkan hasil uji R square sebesar 28,2% dan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

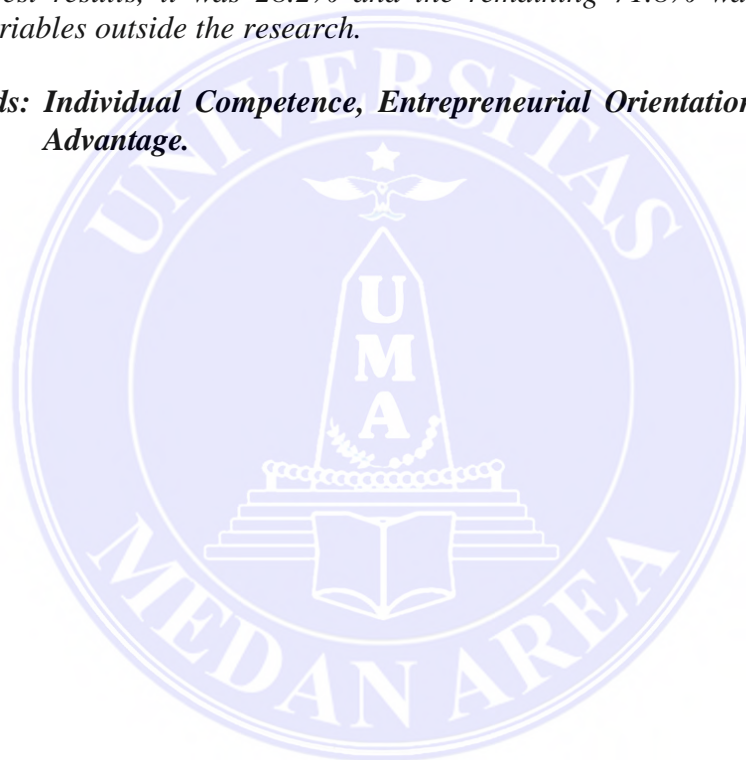
Kata kunci : Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing.



ABSTRACT

This research aims to determine "The Influence of Individual Competence and Entrepreneurial Orientation on the Influence of Competitive Advantage on Oriflame Multi Level Marketing Business in Medan Selayang". This type of research is associative. The population in this study were 63 members who joined Orilame around Medan Selayang. Based on the t results, it can be seen that the t count for the individual competency variable is $4.329 > 2000$, the entrepreneurial orientation variable is $2.067 > 2000$ and the significance value is $0.04 < 0.05$ for competitive advantage. Based on the results of the F test, individual competency and entrepreneurial orientation have a significance value of $0.00 < 0.05$ and a calculated F value of $11.801 > 3.150$ for competitive advantage. based on the R square test results, it was 28.2% and the remaining 71.8% was influenced by other variables outside the research.

Keywords: *Individual Competence, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dan menyelesaikan skripsi .ini. dengan judul "**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS MUTILEVEL MARKETING DI MEDAN SELAYANG**" ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. terselesaikannya skripsi ini tentu dengan dukungan, bantuan, bimbingan, semangat,dan doa terkhususnya Kedua Orang tua Penulis, Ruslan dan Rosna sebagai Ayah dan Ibu yang tiada hentinya bekerja keras untuk mendidik Penulis, memberikan ilmu dan menyekolahkan Penulis sejak di bangku Sekolah Dasar hingga Sarjana, yang juga tiada hentinya memberikan dukungan, Motivasi, do'a dan keridhoan kepada Penulis selama menyelesaikan Skripsi serta orang-orang terbaik yang ada di lingkungan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area

2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.SI selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area telah banyak membantu dan memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr Siti Alhamra Saqaura, SE, M. Si selaku ketua sidang yang telah memberikan kesediaan baik waktu maupun ilmu, saran dan semangat serta masukkan kepada penulis
5. Bapak H. Amrin Mulia U, Nst, SE, MM selaku dosen pembimbing dan juga Orang tua bagi Penulis yang telah banyak meluangkan waktunya dan telah sangat membantu dan memberika arahan kepada Penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Yuni Syahputri, SE, M, Si selaku dosen pembanding yang telah memberikan kesediaan baik waktu maupun ilmu, nasihat, saran, semangat serta masukan yang membangun untuk penulis agar penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Alfifto, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Pegawai Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberi dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada orang tua dan adik saya sendiri terima kasih untuk selalu memotivasi saya dan tidak pernah menyerah untuk mendukung saya sampai titik ini.

10. Dan Terima kasih untuk diri sendiri yang mampu bertahan hingga sekarang tanpa berkurangnya lemak sedikit pun, padahal besar dan harapan saya pada skripsi ini untuk stress dan semakin kurus namun Allah begitu sayang pada saya sehingga tidak mengabulkannya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan peneliti, oleh karena itu kritik dan saran peneliti harapkan dapat membangun peningkatan yang baik untuk kesempurnaan peneliti skripsi ini. peneliti juga berharap bahwa skripsi ini bermanfaat untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Medan, 9 Agustus 2024



Ayu Mardiana Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1	Latar Belakang
masalah	1
10.2	Perumusan
Masalah	3
10.3	Tujuan
Penelitian.....	3
10.4	Manfaat
Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kompetensi Individu.....	6
2.1.1 Pengertian Kompetensi Individu.....	6
2.1.2 Manfaat Kompetensi	6
2.1.3 Pengaruh Kompetensi di Lingkungan Kerja.....	7
2.1.4 Indikator Kompetensi Individu	8
2.2 Orientasi Kewirausahaan.....	8
2.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	8
2.2.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan	9
2.3 Keunggulan Bersaing.....	13
2.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	13
2.3.2 Faktor Keunggulan Bersaing	14
2.3.3 Kunci Keunggulan Bersaing	15
2.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing	16
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Konseptual.....	18
2.6 Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Lokasi penelitian dan waktu penelitian.....	21

3.3 Metode Penelitian	22
3.4 Sumber Data.....	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	20
3.5 Prosedur Kerja.....	20
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
3.7 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7.1 Data Primer	26
3.7.2 Data Sekunder.....	26
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.9 Uji Persyaratan Instrumen.....	28
3.10 Uji Persyaratan Analisis Data.....	30
3.10.1 Uji Normalitas.....	30
3.10.2 Uji Heterokedastisitas	31
3.10.3 Uji Multikolonieritas	32
3.10.4 Uji Autokolerasi	33
3.11 Metode Analisis Data.....	30
3.11.1 Regresi Linier Berganda.....	30
3.12 Pengujian Hipotesis	31
3.12.1 Uji Parsial (Uji t).....	31
3.12.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	32
3.12.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1 Profil Perusahaan Oriflame	39
4.1.2 Gambaran Umum Multi Level Marketing Oriflame di Medan Selayang	40
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Oriflame	41
4.2 Deskripsi Data Responden	42
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	43
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	43
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	45
4.3 Analisis Data.....	45
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
4.3.2 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kompetensi Individu.....	40
4.3.3 Uji Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	51
4.3.4 Uji Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing.....	58
4.4 Uji Instrumen.....	62
4.4.1 Uji Validitas.....	62
4.4.2 Uji Reliabilitas	63
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5.1 Uji Normalitas	64
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	66

4.5.3 Uji Multikolonieritas	68
4.6 Uji Hipotesis	69
4.6.1 Uji t Statistik (Uji Secara Individu/Parsial)	69
4.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	60



4.6.3 Uji R Square (Koefisien Determinan).....	61
4.7 Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	18
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	22
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likers	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	23
Tabel 4.2 Usia Responden.....	34
Tabel 4.3 Lama Bergabung Responden	34
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	35
Tabel 4.5 Penghasilan Responden	35
Tabel 4.6 Pengukuran Tanggapan Responden.....	36
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kompetensi Individu	37
Tabel 4.8 Uji Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Kewirausahaan	40
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing.....	49
Tabel 4.10 Uji Validitas	53
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.12 Uji Normalitas	55
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.15 Uji t Statistik.....	60
Tabel 4.16 Uji F Simultan	61
Tabel 4.17 Uji R Square	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	65

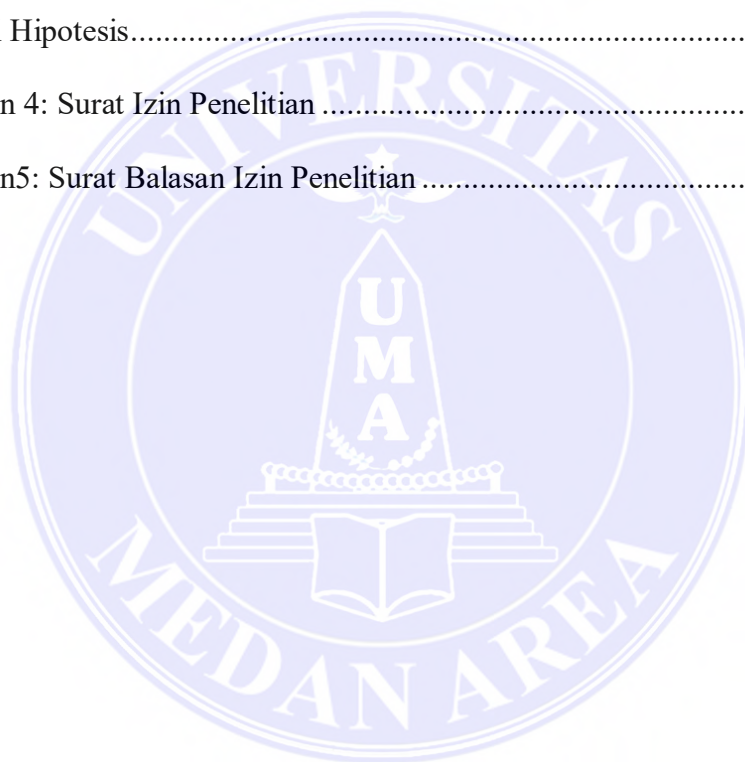
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 Uji Normalitas (Histogram).....	53
Gambar 4.2 Uji Normalitas (P Plot).....	53
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner	69
Lampiran 2: Hasil Kuisisioner	75
Lampiran 3: Hasil Analisis Data.....	78
1. Uji Validitas	78
2. Uji Reliabilitas.....	81
3. Uji Asumsi Klasik	82
4. Uji Hipotesis.....	83
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian	84
Lampiran 5: Surat Balasan Izin Penelitian	85



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

MLM adalah singkatan dari Multi Level Marketing atau pemasaran berjenjang. MLM merupakan salah satu strategi pemasaran dalam bisnis. Strategi bisnis MLM adalah sering digunakan perusahaan karena dianggap menguntungkan bagi perusahaan. Keberhasilan mitra niaga dalam mengajak dan menambah anggota akan mampu meningkatkan omset perusahaan, sehingga akan memberikan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, perusahaan akan memberikan keuntungan pada mitra niaganya dalam bentuk insentif berupa bonus.

Kondisi persaingan yang sering dihadapi oleh bisnis MLM di Indonesia saat ini cukup ketat, Semakin ketatnya persaingan antar bisnis cukup banyak perusahaan MLM mengalami kegagalan. Adanya persaingan maka perusahaan akan bertemu dengan berbagai ancaman dan peluang, Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut agar selalu mengerti dan paham akan apa yang terjadi dipasar, apa keinginan konsumen dan perubahan apa yang mesti dilakukan agar mampu untuk bersaing dengan perusahaan yang menjadi pesaing.

Untuk mencapai keunggulan bersaing, tentu harus mengetahui strategi yang perlu dilakukan. Kompetensi individu adalah suatu kompetensi untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Dengan

kompetensi individu perusahaan dapat menilai apa yang dilakukan, dalam jangka pendek perusahaan harus dapat memahami kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dari kompetitor yang ada, bila dalam jangka panjang hal inilah yang harus dilakukan perusahaan kedepannya dalam mencapai hasil pemasaran untuk mendapatkan keunggulan individu.

Selain itu, Orientasi kewirausahaan juga penting dan diakui keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan daya saing. Melalui orientasi kewirausahaan, pengambilan keputusan dapat memberikan keputusan untuk memecahkan masalah dan tantangan yang muncul, serta memberikan landasan yang kokoh untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang. Perusahaan MLM harus mempunyai orientasi kewirausahaan yang luas dan inovatif supaya penjualan produknya tinggi dan mencapai keunggulan bersaing.

Setelah peneliti melakukan riset lapangan, maka peneliti menemukan masalah pada Oriflame yang berkaitan pada member Oriflame dalam mencapai keunggulan bersaing. hal ini dapat dilihat dari kecenderungan seseorang konsumen yang semakin berkurang dalam membeli produk oriflame. Berdasarkan hal tersebut karena kurangnya promosi dan pemasaran bagi setiap individu sehingga akan mempengaruhi nilai jual produk.

Melihat penjelasan diatas, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pesaing, pengaruh dan kualitas produk terhadap Oriflame, oleh karena itu penulis mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS MLM ORIFLAME DI MEDAN SELAYANG”**

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.
3. Apakah kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan khusus penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kompetensi individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.
2. Untuk mengetahui orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame

di Medan Selayang.

3. Untuk mengetahui kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada hakekatnya suatu penelitian yang dilaksanakan oleh seseorang diharapkan akan mendapatkan manfaat tertentu. Begitu pula dengan penelitian ini diharapkan mendatangkan manfaat :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan untuk menambah khazanah keilmuan dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti, khususnya mengenai pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

2. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan atau pertimbangan bagi perusahaan atas hasil dari penelitian yang dilakukan dan juga sebagai sumbangan pemikiran kepada perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan kualitas Oriflame.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang ilmu Ekonomi dan menjadi acuan ataupun referensi bagi penelitian sejenis.

4. Bagi akademisi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan, terhadap keunggulan bersaing pada produk Oriflame.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kompetensi Individu

2.1.1 Pengertian Kompetensi Individu

Menurut Wibowo (2007:110) Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Gultom (2019) menyatakan bahwa kompetensi kemampuan seseorang untuk menghasilkan pada tingkat yang memuaskan di tempat kerja, termasuk diantaranya kemampuan seseorang untuk mentransfer dan mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang terbaru dan meningkatkan manfaat yang disepakati.

Menurut Purwanto (2006:8) mengemukakan bahwa kompetensi adalah suatu persyaratan kemampuan dalam melaksanakan jabatan. Biasanya kemampuan ini dikaitkan dengan keahlian, keterampilan atau profesionalisme.

2.1.2 Manfaat Kompetensi

Kompeten yang dimiliki oleh setiap orang yang memiliki peranan yang penting terhadap efektivitas pelaksanaan berbagai tugas pekerjaan.

1. Memperjelas suatu standar kerja dan juga impian yang ingin diraih oleh perusahaan

2. untuk menyeleksi tenaga kerja yang potensial
3. memaksimalkan produktivitas perusahaan
4. mengembangkan sistem remunerasi
5. untuk membantu adaptasi perusahaan atas perubahan yang terjadi
6. menyeimbangkan perilaku kerja dengan kaidah yang terdapat didalam perusahaan.

2.1.3 Pengaruh Kompetensi di Lingkungan Kerja

Kompetensi mempunyai peranan yang sangat penting di dalam dunia kerja, hal tersebut dikarenakan kompetensi selalu berbanding lurus dengan perkembangan suatu perusahaan. Jadi, semakin tinggi nilai kompetensi yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin tinggi pula perkembangan perusahaan agar mampu mencapai tujuan utamanya.

Kompetensi juga bisa membantu perusahaan dalam mengetahui sejauh mana karyawan tersebut mampu memberikan yang terbaik sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

2.1.4 Indikator Kompetensi Individu

Indikator kompetensi individu menurut Edision (2016,p.143) untuk memenuhi unsur kompetensi, seseorang pegawai harus memenuhi unsur-unsur di bawah ini :

1. pengetahuan

Memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan, memiliki kemauan untuk meningkatkan pengetahuan.

2. keahlian

Memiliki keahlian teknik sesuai dengan bidang pekerjaan yang ditangani, memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi masalah, memiliki kemampuan mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi.

3. sikap

Memiliki inisiatif dalam membantu rekan kerja, memiliki keramahan dan kesopanan dalam melaksanakan pekerjaan dan serius setiap keluhan keluhan pasien.

2.2 Orientasi Kewirausahaan

2.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Schumpeter (1912) mengemukakan bahwa wirausahaan tidak selalu berarti pedagang atau manajer, tetapi juga seorang unik yang memiliki keberanian dalam mengambil risiko dan memperkenalkan produk-produk inovatif serta teknologi baru ke dalam perekonomian. Beliau membedakan antara proses penemuan dengan inovasi. Dimana hanya sedikit pengusaha yang dapat melihat ke depan dan inovatif yang dapat merasakan potensi penemuan baru dan memanfaatkannya (Suryana, 2014, hal. 5).

Sesuai dengan perkembangannya, konsep kewirausahaan memiliki beberapa konsep dan ciri khusus, seperti memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (kreativitas dan inovasi), mengorganisasi, menanggung risiko, berorientasi pada hasil, selalu menciptakan peluang, kepuasan pribadi, dan kebebasan. Kewirausahaan tidak hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan pengalaman lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan. Kewirausahaan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena (Suryana, 2014, hal. 7)

1. Kewirausahaan berisi tentang bidang pengetahuan (*body of knowledge*) yang utuh dan nyata, yaitu terdapat teori, konsep dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep yaitu, posisi permulaan (*venture start up*) dan perkembangan usaha (*venture growth*)
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri: yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create new and different things*)
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur. Menurut Suryana (2014, hal. 6), kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari

tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapi. Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu proses kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang yang terdapat di pasar. Objek studi kewirausahaan adalah sifat – sifat, nilai – nilai, dan kemampuan seseorang yang diwujudkan melalui perilaku yang meliputi; (1) kemampuan merumuskan tujuan usaha, (2) kemampuan memotivasi diri dan orang lain, (3) kemampuan berinisiatif, (4) kemampuan melaksanakan inovasi dan kreativitas, (5) kemampuan mengelola modal sosial, material dan intelektual, (6) kemampuan untuk mengelola waktu (*time management*), (7) kemampuan mental berwirausaha, (8) kemampuan mempelajari setiap pengalaman.

Menurut Zimmerer (1996), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan kerja keras untuk membentuk dan mengembangkan usaha yang baru. Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu cabang ilmu yang mempelajari tentang tatacara mengelola dan mencari peluang, menanggulangi risiko, dan menciptakan inovasi dan kreasi untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai ekonomis.

2.2.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan mengacu pada proses, praktek dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan yaitu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko. Untuk mengukur orientasi kewirausahaan digunakan indikator yang dikembangkan dari penelitian Lee dan Tsang. Variabel ini diukur dengan dimensi yaitu : *Need For Achievement, Internal Locus of Control, Self Reliance, dan Extroversion*. Orientasi Kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha.

Berani mengambil resiko merupakan sikap berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Fungsi utama dari pentingnya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran resiko secara optimal.

a. *Need For Achievement* (kebutuhan berprestasi)

Kebutuhan berprestasi adalah faktor psikologis yang kuat dapat memicu seseorang melakukan aktivitas sepanjang tujuan belum tercapai. Indikator *Need For Achievement*.

1. Tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh
2. Terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin.

3. Terus bekerja mencapai tujuan yang diinginkan.

b. *Internal Locus Of Control* (keyakinan diri)

Keyakinan diri adalah merupakan keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha diri sendiri. Indikator *Internal Locus Of Control* meliputi :

1. Apa yang dicapai adalah hasil kerja keras
2. Untung atau ruginya usaha ditentukan diri sendiri
3. Mampu menguasai diri.

c. *Self Reliance*

Indikator *Self Reliance* meliputi :

1. Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya
2. Suka mengambil keputusan sendiri

d. *Extroversion*

Indikator *Extroversion* meliputi :

1. Suka berjumpa dengan orang baru
2. Berinisiatif untuk memulai pembicaraan

2.3 Keunggulan Bersaing

2.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Bernardin dan russell (2013 : 36), keunggulan bersaing berarti kemampuan sebuah organisasi memformulasikan strategi-strategi yang menempatkan organisasi tersebut pada posisi yang menyenangkan dibandingkan dengan perusahaan- perusahaan lain dalam industri yang sama.

Menurut Ni Putu & Ni Ketut (2017:6125) keunggulan bersaing adalah nilai pada sebuah perusahaan dari hasil penerapan strateginya sehingga perusahaan tersebut memiliki nilai Lebih dibanding dengan pesaingnya. Sedangkan menurut Ratna Prayanti (2015:6) keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang serupa.

Keunggulan kompetitif yang kuat memiliki 6 karakteristik, antara lain:

1. Keunggulan kompetitif didorong oleh keinginan dan kebutuhan pelanggan. Suatu organisasi memberi nilai kepada pelanggannya yang tidak diberikan oleh kompetitifnya.
2. Keunggulan kompetitif telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis.
3. Keunggulan kompetitif menyesuaikan sumber daya organisasi yang unik dengan peluang yang ada di lingkungan.

2.3.2 Faktor Keunggulan Bersaing

Menurut Prasidyjati (2014:12) Ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan, yaitu:

1. Dasar Persaingan (*basic of competition*)

Strategi harus didasarkan pada seperangkat asset, keterampilan dan kemampuan, ketiga hal ini akan mendukung strategi yang sedang berlangsung dan dengan demikian membantu mempertahankan tingkat keunggulan.

2. Dipasar mana perusahaan bersaing (*where you compete*)

Bagi sebuah perusahaan, sangat penting untuk memilih target pasar Yang sesuai dengan strategi yang diterapkan agar asset, keterampilan, dan kemampuannya dapat memberikan dukungan yang berharga untuk strategi tersebut.

3. Dengan siapa perusahaan bersaing (*who you compete against*)

Perusahaan juga harus mampu mengidentifikasikan pesaingnya, Apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat.

2.3.3 Kunci Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan suatu bisnis ialah memastikan bahwa keunikan itu berlangsung lama. Ada 4 mekanisme keunikan yang dapat ditawarkan kepada pelanggan (Bernardin dan russell, 2013:33).

1. Kapabilitas finansial atau ekonomi berasal dari keunggulan yang terkait dengan biaya, yaitu ketika bisnis mampu menghasilkan atau menyediakan barang atau jasa dengan harga lebih murah daripada kompetitornya.
2. Sumber keunikan berasal dari kapabilitas strategis atau produk, yaitu bisnis perlu menawarkan produk atau jasa yang mendiferensiasinya dari produk atau jasa lain.
3. Sumber keunikan ketiga bagi bisnis ialah kapabilitas teknologi atas operasional, yaitu bisnis bisa memiliki cara yang berbeda dalam membangun atau menyampaikan produk atau jasanya.
4. Sumber keunikan keempat yang membantu perusahaan dalam mencari keunggulan bersaing ialah kapabilitas organisasi. Kapabilitas organisasi menggambarkan kemampuan bisnis mengelola sistem organisasi dan manusia agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kebutuhan strategis. Implikasi dari semuanya ini adalah sistem sumber daya manusia harus diletakkan pada tempat yang memaksimalkan kapabilitas organisasi dan mengeksploitasi semua sumber keunikan yang mungkin.

2.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Heri Setiawan (2012:14) konsumen akan membeli produk jika yakin bahwa harga suatu produk sesuai dengan nilai yang diberikan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah:

1. Keunikan Produk

Keunikan produk yang dihasilkan perusahaan membedakannya dengan produk pesaing atau produk biasa yang ada di pasaran. Ini merupakan terobosan yang diciptakan perusahaan dalam menanamkan idea tau hasil dari ide tersebut, sehingga tercipta sesuatu yang berbeda atau unik dari orang lain (pesaing) untuk menarik pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.

3. Harga Bersaing

Ini adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga bersaing di pasar. Dengan menciptakan produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus dapat menentukan harga agar sesuai dengan daya beli konsumen (terjangkau), dengan kata lain tidak membebani konsumen.

2.4 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu telah diuraikan mengenai hasil-hasil dari penelitian yang didapat oleh penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

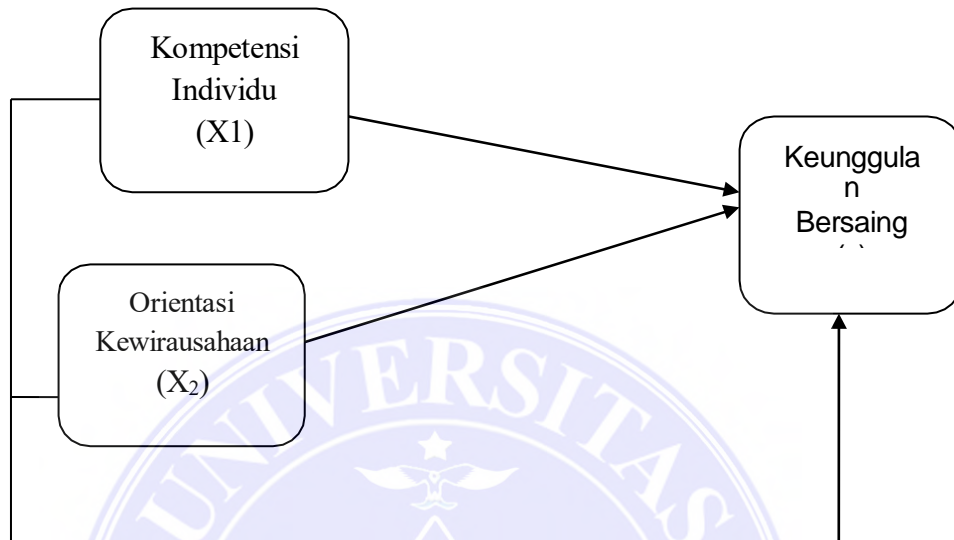
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Catarina Cori Pradnya Paramita (2015)	Pengaruh kompetensi individu orientasi kewirausahaan dan pesaing dalam mencapai keunggulan bersaing melalui kualitas produk studi pada UKM furnitur di Kota Semarang	X1 : kompetensi individu X2 : orientasi kewirausahaan X3 : pesaing Y : kualitas produk	hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk sehingga hipotesis 1 terbukti dan dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik.
2.	Imas Rokhayati ¹ Sri Suryoko ² (2020)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Inovasi Produk	X1 : Orientasi Kewirausahaan X2 : Orientasi Pasar Y : Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk, inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan
3.	Ria Widiyanti (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Roti Di Kopo	X1 : Orientasi Kewirausahaan X2 : Kompetensi Kewirausahaan Y : Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan Bersaing

4.	Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Makanan dan Minuman Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang)	X1 : Orientasi Kewirausahaan X2 : Inovasi Produk X3 : Dukungan Partner Y : Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman di Kota Semarang cenderung menciptakan jenis bisnis yang mengikuti tren pasar, <i>namun</i> ketika tren tersebut sudah tidak lagi <i>booming</i> , mereka akan berhenti atau mengganti jenis usahanya.
5.	Arini Mayang Fauni (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Usaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Konveksi Kabupaten Kudus	X ₁ : Orientasi Kewirausahaan X ₂ : Orientasi Pasar X ₃ : Inovasi Usaha X ₄ : Keunggulan Bersaing Y : Kinerja Usaha UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi usaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

2.5 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui pada produk oriflame di medan selayang. Penelitian ini menggunakan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen sedangkan kompetensi invidu dan orientasi kewirausahaan sebagai

variabel independen. Penelitian ini menguji pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Tanjung Medan Selayang.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Dapat dilihat dari kerangka konseptual tersebut bahwasannya terdapat pengaruh antara kompetensi individu dengan keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing dan juga kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan secara bersama terhadap keunggulan bersaing

Pengaruh tak langsung kompetensi individu berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan juga kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan secara bersamaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

2.6 Hipotesis

Menurut Lungberg dalam Nanang Martono (2010:57) mendefinisikan hipotesis sebagai sebuah generalisasi yang bersifat *Tentative*, sebuah generalisasi *Tentative*, yang valid yang masih harus diuji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah.

- H1. Diduga kompetensi individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
- H2. Diduga orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
- H3. Diduga kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2012:11), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen, apakah ada hubungan yang erat, dan apakah ada pengaruh hubungan tersebut. Studi ini akan mempelajari pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis multi level marketing oriflame di Medan Selayang.

3.2 Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, lokasi yang dipilih sebagai objek penelitian adalah member yang bergabung di Oriflame Medan Selayang.

Tabel 3.1

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2022			2024			
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Agu	Sept
1.	Penyusunan proposal							
2.	Seminar proposal							
3.	Pengumpulan data							
4.	Pembagian kuesioner							
5.	Seminar hasil							
6.	Pengajuan meja hijau							
7.	Meja hijau							

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian berhubungan erat dengan prosedur, teknik, alat penelitian yang digunakan. Prosedur, teknik, serta alat yang digunakan harus cocok pula dengan metode penelitian yang diterapkan. Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti perlu menjawab sekurang-kurangnya tiga pertanyaan pokok, yaitu:

1. Urutan kerja atau prosedur apa yang dilakukan dalam melaksanakan suatu penelitian?
2. Alat-alat apa yang akan digunakan dalam mengukur ataupun dalam mengumpulkan data serta teknik apa yang akan digunakan dalam menganalisis data?
3. Bagaimana melaksanakan penelitian tersebut?

Jawaban atas ketiga pertanyaan tersebut memberikan kepada peneliti urutan-urutan pekerjaan yang terus dilakukan dalam suatu penelitian. Hal ini sangat membantu peneliti untuk mengendalikan kegiatan atau tahap-tahap kegiatan serta mempermudah mengetahui proses penelitian (Nazir, 1985).

3.4 Sumber Data

3.4.1 Populasi

Populasi menurut sugiyono (2015) mendefinisikan populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu, objek ataupun subjek tersebut ditentukan dan dipelajari oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi

adalah member yang bergabung bersama Oriflame di Medan Selayang yang berjumlah 63 orang pada tahun 2019-2020.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut sugiyono (2017:81) adalah bagian dari jumlah dan kriteria yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Metode yang digunakan dalam menentukan besaran sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu sampling jenuh dengan pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel.

Dalam penelitian ini tidak perlu menggunakan rumus slovin, jumlah sampel yang diteliti sudah diketahui sebanyak 63 responden. Maka yang menjadi sampel dan penelitian ini adalah member yang bergabung didalam oriflame.

3.5 Prosedur Kerja

Dalam penelitian ini terdapat langkah-langkah yang akan dilakukan, antara lain:

1. Konsultasi judul penelitian kepada pembimbing akademik.
2. Mengajukan judul penelitian kepada jurusan setelah mendapatkan persetujuan dari pembimbing akademik.

3. Penetapan dosen pembimbing setelah mendapatkan persetujuan dari ketua jurusan
4. Menyusun proposal penelitian dan melakukan konsultasi dengan pembimbing untuk dikoreksi dan melakukan perbaikan untuk selanjutnya disetujui melakukan seminar proposal
5. Seminar proposal penelitian manajemen
6. Perbaikan proposal penelitian yang telah diseminarkan pada jurusan manajemen
7. Mempersiapkan subjek penelitian, bahan dan alat-alat yang diperlukan dalam penelitian serta ijin pelaksanaan penelitian.
8. Mempersiapkan subjek penelitian yang akan melakukan tes
9. Memberikan tes kuisisioner kepada subjek penelitian serta mewawancara.
10. Menganalisis data dan membahas hasil penelitian
11. Menyusun laporan penelitian, konsultasi dengan dosen pembimbing untuk koreksi dan persetujuan
12. Ujian seminar hasil
13. Mengumpulkan skripsi pada Universitas Medan Area

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional untuk masing masing variabel bebas dan variabel terikat adaah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variable	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kompetensi Individu (X ₁)	Kompetensi adalah suatu persyaratan kemampuan alam melaksanakan jabatan. Biasanya kemampuan ini dikaitkan dengan keahlian, keterampilan atau profesionalisme (purwanto) (2006:8)	1. pengetahuan 2. keahlian 3. sikap (Edison) (2016,p.143)	Likert
Orientasi Kewirausahaan (X ₂)	Schumpeter (1912) mengemukakan bahwa wirausahaan tidak selalu berarti pedagang atau manajer, tetapi juga seorang unik yang memiliki keberanian dalam mengambil risiko dan memperkenalkan produk-produk inovatif serta teknologi baru kedalam perekonomian. Beliau membedakan antara proses penemuan dengan inovasi. Dimana hanya sedikit pengusaha yang dapat melihat ke depan dan inovatif yang dapat merasakan potensi penemuan baru dan memanfaatkannya (Suryana,2014, hal.5)	1. <i>Need For Achievement</i> (kebutuhan berprestasi) kebutuhan berprestasi adalah faktor psikologis yang kuat dapat memicu seseorang melaksanakan aktivitas sepanjang tujuan belum tercapai. Indikator <i>Need For Achievement</i> . 1. tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh 2. terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin 3. terus bekerja mencapai tujuan yang diinginkan <i>Internal Locus Of Control</i> (keyakinan diri) Keyakinan diri adalah merupakan keyakinan bahwa keberhasilan itu adaah karena usaha diri sendiri. Indicator internal locus of contro meliputi: 1. Apa yang dicapai adalah hasil kerja keras 2. untung atau ruginya usaha ditentukan diri sendiri 3. mampu menguasai diri <i>Self Reliance</i> <i>Indicator Self Reliance</i> 1. orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya 2. suka mengambil keputusan sendiri Extroversion 1. suka berjuma dengan orang baru 2. Berinisatif untuk memulai pembicaraan (Lee dan Tsang)	Likert
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing berarti kemampuan sebuah organisasi menformulasikan strategi saat menemotakan strategi yang menempatk organidasi tersebut pada posisi yang menyenangkan dibandingkan dengan	1. keunikan produk 2. kualitas produk 3. harga bersaing (Heri Setiawan (2012:14))	

	perusahaan-perusahaan diri dalam industry yang sama.(Bernardin dan Rusel (1023:16)		
--	--	--	--

3.7 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan teknik pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini ada dua macam, data itu sebagai berikut :

3.7.1 Data Primer

Data Primer yaitu data yang di peroleh secara langsung yang berasal dari sumber asli, yang di gunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer karena di peroleh langsung dari sumber asli sehingga memperoleh jawaban penelitian yang melalui kuesioner.

3.7.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang ada. Data sekunder dapat di peroleh dari berbagai sumber seperti : jurnal, buku, dll.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data adalah cara ataupun metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Sugiyono berpendapat bahwa teknik pengumpulan data merupakan pilihan strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Dari segi metode atau pengumpulan data, teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dan

kuesioner (angket). Daftar pertanyaan kuesioner, adalah metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditunjukkan kepada objek penelitian dengan menggunakan *skala likert*.

Skala likert dalam penelitian dan pengembangan skala likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek. Dimana jawaban yang mendukung pertanyaan diberi skor yang tinggi, sedangkan untuk menjawab yang tidak atau kurang mendukung diberi skor rendah (sugiyono,2015). Dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagaimana terlihat pada tabel.

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likers

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.9 Uji Persyaratan Instrumen

3.9.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut jogiyanto meakukan uji Validitas dan Reabilitas untuk menguji apakah kusioner atau angket layak digunakan sebagai alat penelitian, Validitas menunjukkan bahwa seberapa jelas suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurnya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono pengujian ini dilihat valid atau tidaknya data yang diolah, instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat item pernyataan terhadap kuesioner yang harus diganti/dibuang karena dianggap tidak relevan. Perhitungan yang digunakan untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antara data pada masing-masing pernyataan denfan skor total. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi antara indikator masing- masing pertanyaan dengan total skor dari indikator dalam satu variabel

Prosedur pengujian :

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel
3. pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*)
4. Penjelasan dari nomor 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Jika pengukuran dari kelompok objek yang sama memperoleh hasil yang relative sama beberapa kali, maka hasil pengukuran tersebut yang dipercaya (aspek yang dihukum belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bias terjadi perbedaan. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan membagikan kuesioner pada responden kemudian hasil skornya diukur korelasinya antarskor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan SPSS 21.0 jika jawaban seorang atas suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *alpha cronbach*.

Prosedur pengujian :

Jika nilai $\alpha > 0,6$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*)

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument reliabel
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak reliabel
3. Pengujian Reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*)
4. Penjelasan dari nomor 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau sebaliknya.

3.10 Uji Persyaratan Analisis Data

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah data model regresi, variabel independen dan variabel dependen dapat terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menguji apakah kita menggunakan data sampel diambil dari berbagai jumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini menggunakan uji *non parametric one sample kolmogorov smirnov* (KS).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Apabila $(sig) > 0,5$ maka H_0 diterima (Normal)
2. Apabila $(sig) < 0,05$ maka H_0 ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*)
4. Penjelasan dan kesimpulan data nomor 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas $(sig) > 0.05$ atau sebaiknya maka data dari masing-masing variabel normal atau tidak normal.

3.10.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah salah satu model uji dalam uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variance dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana syarat dalam model regresi adalah tidak adanya heterokedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser adalah uji statistik yang paling lazim digunakan. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghazali (2011), Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dikatakan tidak mengandung heterokedastisitas jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat

kepercayaan 5% atau $> 0,05$ dan sebaliknya. Selain uji glejser, dapat pula dilakukan dengan uji grafik *scatterplot* yang dimana menurut Ghozali (2011) jika sebaran titik yang ada pada grafik *scatterplot* tidak membentuk pola yang jelas maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.10.3 Uji Multikolonieritas

Menurut imam Ghozali (2012;105) uji multikolonieritas digunakan untuk menguji ataupun memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkolerasi atau kolinearitas antar variabel bebas atau independen. Model regresi seharusnya tidak memiliki saran variabel independen namun apabila terdapat korelasi maka variabel tersebut orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar variabel sama dengan variabel independen sama dengan nol. Berikut ini adalah teknik mengetahui adanya korelasi antara variabel independen :

1. Nilai R² dihasilkan oleh nilai taksiran regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel independen tidak akan berpengaruh signifikan variabel independen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabe independen. Jika antar variabel independen mempunyai korelasi yang tinggi (biasanya diatas 0,90), hal ini menandakan adanya indikasi multikolonieritas.
3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari *tolerance* dan lawannya,

variance inflation factor (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Oleh karena itu nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

3.10.4 Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji autokolerasi di dalam mode regresi lancar, harus dilakukan apabila data merupakan data time series atau runtut waktu. Sebab yang dimaksud dengan autokolerasi sebenarnya merupakan nilai dalam sampel atau observasi tertentu, maka nilai tersebut sangat dipengaruhi oleh observasi sebelumnya. Uji autokolerasi dirancang untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan perancu pada periode t dan kesalahan perancu pada periode $t-1$ (sebelumnya) pada model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokolerasi. Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokolerasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

- a. jika $0 < d_w < d_l$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif
- b. jika $4 - d_l < d_w < 4$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negatif
- c. jika $d_u < d_w < 4 - d_u$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi baik positif maupun negatif
- d. jika $d_l \leq d_w \leq d_u$ atau $4 - d_u \leq d_w \leq 4 - d_l$, maka tidak ada pengambilan keputusan.

3.11 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian pada hakikatnya merupakan proses mengelola data yang diperoleh di lapangan agar menjadi informasi. Metode analisis data adalah proses sebagai pengelompokan data berdasarkan variabel dan tanggapan, metabulasi data berdasarkan variabel dan narasumber, menyediakan data untuk setiap variabel penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.11.1 Regresi Linier Berganda

Regresi diartikan sebagai suatu teknik analisis data yang digunakan untuk mencari pengaruh antara dua variabel atau lebih. Variabel yang dimaksud dalam hal ini adalah variabel yang bisa disimbolkan dengan X dan variabel terikat yang disimbolkan dengan Y. Model regresi merupakan model yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen dengan

variabel dependen. Jika nilai variabel independen meningkat atau menurun, apakah masing-masing variabel independen memiliki hubungan positif atau negative untuk memprediksi nilai variabel dependen. Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen X terhadap variabel independen Y. Analisis linier berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, uji F, uji T, model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + et$$

Keterangan

Y = variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

keunggulan bersaing X_1 = variabel independen

kompetensi individu

X_2 = Variabel independen

orientasi kewirausahaan a =

konstanta

β = koefisien regresi (nilai peningkatan

ataupun penurunan) et = error term

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen X terhadap variabel dependen Y secara parsial. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh kompetensi individu (X_1) terhadap keunggulan bersaing (Y) pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

H_0 = kompetensi individu (X_1) tidak berpengaruh (Y) terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

H_a = kompetensi individu (X_1) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- c. jika nilai $sign < 0,05$ maka H_0 ditolak
- d. jika nilai $sign > 0,05$ maka H_0 diterima

2. Pengaruh orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap keunggulanbersaing(Y) pada pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang. H_0 = orientasi kewirausahaan (X_2) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

H_a = orientasi kewirausahaan (X_2) berpengaruh terhadap keunggulan (Y) bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- c. jika nilai $sign < 0,05$ maka H_0 ditolak
- d. jika nilai $sign > 0,05$ maka H_0 diterima

3.12.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan bahwa semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen terikat. Prosedur uji F ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kompetensi Individu (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y) pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang

H_0 = Kompetensi Individu (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada bisnis MLM Oriflame di Medan Selayang

H_a = Kompetensi Individu (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada bisnis MLM Oriflame di Tanjung Selamat.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{tabel} pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n - k - 1$

3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0.05) dengan kriteria sebagai berikut :

- a) jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- b) jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima

4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis

3.12.3 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Imam Ghozali koefisien determinasi (R²) dirancang untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penerapan dan pembahasan data diatas maka kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel kompetensi individu memiliki nilai t hitung $4,329 > 2,000$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai t hitung $-2,067 > 2,000$ dan nilai signifikansi $0,04 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing.
3. Berdasarkan hasil uji F secara simultan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh $11,801 > 3,150$ artinya positif. Sementara nilai *p-value* diperoleh pada kolom sig $0,00 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel kompetensi individu dan variabel orientasi kewirausahaan secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing.

5.2 Saran

4. Untuk variabel kompetensi individu, diharapkan pelaku usaha untuk terus mempertahankan usahanya serta mengetahui kebutuhan konsumen di masa sekarang maupun dimasa selanjutnya sehingga dapat terus menciptakan keunggulan dalam bersaing pada usahanya.
5. Untuk variabel orientasi kewirausahaan, diharapkan pelaku usaha terus menambah inovasi dan keterampilan untuk meningkatkan konsumen membeli produknya.
6. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain untuk dijaikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan penulis yang kiranya masih memiliki hubungan yang berkaitan keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kuriloff, J. M. (2007 : 24). ada4 kompetensi individu yang harus dimiliki seorang wirausaha.
- al, G. e. (2008). suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika mempunyai karakteristik. GL. Hery Prasetia , 35.
- annisariani. (t.thn.). Revlon Case. 21.
- Armstrong, M. (1998). kompetensi adalah kualitas individu untuk mencapai kesuksesan pekerjaannya, knowledge, dan skill. 38.
- Barney. (2010). perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan etika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. 9.
- Caterina Cori Pradaya Paramita, N. L. (2019). Mencapai Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah. IKRAITH-HUMANIORA , vol 3.
- Elib. (2019). Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis. elib.unikom.id , 9-22.
- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pada warung kucingan atau angkringan Di kota Semarang. 1-10.
- Ghozali, I. (2012). uji multikolonieritas digunakan untuk menguji ataupun memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkolerasi atau kolinearitas antar variabel bebas. 105.
- handayani, i. (2020, maret selasa). Dipetik maret selasa, 2020, dari strategi sariayu martha tilaar bangun popularitas di dunia digital:
<https://investor.id/lifestyle/strategi-sariayu-marthatilaar-bangun-popuaritas-di-dunia-digital>
- Ismail, I. (2020, desember 2). Dipetik desember 2, 2020, dari pengertian kompetensi : jenis, manfaat, dan pengaruhnya di perusahaan:
<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-kompetensi>
- Ismail, I. (2020, desember). pengertian kompetensi : jenis, manfaat, dan pengaruhnya di perusahaan. Diambil kembali dari
<http://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-kompetensi/#:~:test=kompetensi%20Pribadi%2C%20adalah&20seperangka%20perilaku,mewujudkan%2C%20identitas%20dean%20transformasi%20diri>.

- Kotler. (2009). keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor. 461.
- Maryono, B. (2010). orientasi perusahaan merupakan suatu pandangan mengenai aktivitas kewirausahaan dalam perusahaan . 15.
- Maulana, A. (2014). peanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkan. 113.
- Meutiara, M. (2019, mei 20). Dipetik mei 20, 2019, dari Fakta Bisnis: <https://bisnisnyamimi.com/fakta-bisnis-oriflame/>
- Nainggoan, S. J. (2014). Strategi member MLM dalam pencapaian jenjang karier (studi deskriptif pada upline MLM oriflame di kota Medan. 1-91.
- Paramita, C. C. (2015). pengaruh kompetensi individu, orientasi kewirausahaan, dan pesaing dalam mencapai keunggulan bersaing melalui kualitas produk studi pada UKM furnitur di kota semarang. DeReMa Jurnal Manajemen , 124-137.
- Prakosa. (2005). strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.
- Qomah, K. I. (2019, maret 04). Dipetik maret 04, 2019, dari hadapi persaingan,vivaunggulankualitas:<https://m.harianjogja.com/ekbis/read/2019/03/04/502/975661/hadapi-persaingan-viva-unggulkan-kualitas>
- Saiman. (2014). keungguan bersain diharapkan mampu untuk mencapai aba sesuai rencana. 128. santoso, B. Y., & sugiarto, y. (2016). pengaruh orientasi pasar dan customer relationship management terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing (studi kasus pada warung makan sekitar alu-aun di kota sragen). 1-15.
- Spencer, S. &. (1939 : 9). kompetensi atau kemampuan suatu karakterstk yang mendasar dari seseorang individu, yait penyebab yang terkait dengan acuan kriteria tentang kinerja yang efektif.
- SUGIYONO, P. D. (2018). metode penelitian evaluasi. Bandung: ALFABETA.CV.
- Zahra, W. A. (2021, januari 1). Dipetik januari 1, 2021, dari peluang bisnis oriflame: <http://winners-network.biz/winners/peluang-bisnis/program-hadiah-dan-keuntungan-member-baru-oriflame>

Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER
PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA BISNIS MULTI
LEVEL MARKETING
ORIFLAME DI
MEDAN SELAYANG

Saat ini saya melakukan tugas penelitian dengan judul pengaruh kompetensi individu dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada bisnis multi level marketing oriflame di Medan Selayang. Untuk itu saya mohon bantuannya kepada saudara/i untuk berkenan meluangkan waktunya mengisi kuesioner dibawah ini dengan lengkap dan jujur. Terima kasih atas dukungan dan partisipasi saudara/i dalam pengisian kuesioner ini.

A. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban saudara/i yang sesuai atas pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. setiap pertanyaan membutuhkan satu jawaban.

Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	(diberi nilai 5)
S	= Setuju	(diberi nilai 4)
KS	= Kurang Setuju	(diberi nilai 3)
TS	= Tidak Setuju	(diberi nilai 2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(diberi nilai 1)

B. DATA RESPONDEN

Nama : _____
 Usia : A. 20-25 tahun B. 25-28 tahun C.28-33 tahun
 Jenis kelamin : perempuan dan laki-laki
 Lama bergabung : <1 tahun, 1-5 tahun, 6-10 tahun >10 tahun
 Pendidikan terakhir : sma, d3, s1
 Penghasilan: :1-5jt, >10jt

C. DAFTAR PERTANYAAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

1. VARIABEL KOMPETENSI INDIVIDU (X1)

1. Saya memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai tugas dan tanggung jawab pekerjaan saya sehingga saya lebih unggul dari pesaing.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

2. Saya memahami sistem dan prosedur pekerjaan saya guna meningkatkan produktivitas dan unggul dalam persaingan bisnis.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

3. Saya mampu menyelesaikan seluruh pekerjaan yang diberikan dan mampu menghadapi pesaing.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

4. Saya memiliki kemampuan mengatasi seluruh permasalahan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab sehingga saya mampu menghadapi pesaing.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

5. Saya bersikap kooperatif dan bekerja sama dengan rekan kerja demi mendukung pencapaian tujuan pekerjaan sehingga dapat bersaing secara sehat.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

6. Saya percaya bahwa bersikap baik dapat membantu saya dalam membangun relasi dan belajar menghadapi pesaing.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

2. VARIABEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (X2)

1. Saya akan senantiasa bekerja dengan giat sehingga saya dapat unggul dari pesaing.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

2. Saya selalu bekerja keras dan pantang menyerah dalam menghadapi persaingan bisnis.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

3. Saya selalu berusaha meraih tujuan yang melebihi tujuan saya saat ini dan berusaha unggul dari pesaing.

- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
4. Saya selalu bekerja keras guna meningkatkan produktivitas dan menghadapi pesaing.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
5. Produk yang ditawarkan sesuai dengan keadaan yang ada, sehingga tidak merugikan konsumen dan selalu unggul dari pesaing.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
6. Saya berusaha menghindari kesalahan dan bekerja dengan teliti dalam menghadapi persaingan bisnis.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
7. Saya selalu mencari peluang dan aktif mencari informasi guna meningkatkan produktivitas dan menghadapi pesaing.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

8. Saya berani dalam mengambil keputusan sehingga saya mampu unggul dari pesaing.
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
9. Saya merasa senang berada di lingkungan baru dan bertemu dengan orang-orang baru.
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
10. Saya mampu mempengaruhi orang lain dan mampu mengontrol keadaan di lingkungan kerja saya.
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

3. VARIABEL KEUNGGULAN BERSAING (Y1)

1. Perusahaan melakukan beragam inovasi produk seiring dengan perubahan zaman dan kebutuhan konsumen sehingga dapat unggul dari pesaing.
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
2. Produk yang ditawarkan memiliki ciri khas tersendiri dan tidak mudah ditiru oleh pesaing.

- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
3. Perusahaan menawarkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
4. Produk yang ditawarkan selalu terjaga kebersihan dan keamanan produknya.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
5. Perusahaan senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibanding dengan pesaing.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
6. Produk yang ditawarkan memiliki harga yang relatif rendah dengan tetap mengutamakan kualitas produknya.
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

2. Lampiran hasil kuisioner

Kompetensi Individu (X1)						Total X1	Orientasi Kewirausahaan (X2)										Total X2
P1	P2	P3	P4	P5	P6		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
3	4	3	2	4	4	20	3	3	3	3	3	5	5	5	5	38	
3	3	5	4	4	5	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	
3	3	5	5	5	5	26	3	5	4	5	3	2	3	3	3	34	
4	4	4	4	4	4	24	3	1	2	2	4	3	4	4	2	27	
5	4	4	4	4	5	26	2	2	2	1	2	2	5	5	5	31	
4	4	4	3	3	4	22	3	3	3	3	3	3	3	5	5	36	
4	4	3	2	3	3	19	5	4	2	3	3	3	3	3	3	32	
5	4	4	4	4	3	24	3	3	3	2	2	4	4	4	4	33	
5	4	4	4	3	5	25	3	3	3	2	3	3	4	4	4	33	
5	5	5	5	3	5	28	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	
5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
3	4	5	5	4	4	25	3	4	1	1	2	2	2	2	2	21	
4	4	4	4	4	4	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	
4	4	5	5	5	5	28	1	5	2	3	3	5	4	5	5	38	
3	3	3	3	3	3	18	1	4	2	2	2	5	5	5	5	33	
4	4	4	4	4	4	24	5	4	2	2	4	4	3	5	5	39	
2	2	2	2	2	2	12	4	5	2	3	4	4	3	3	3	34	
3	4	4	3	3	3	20	2	4	2	3	3	3	5	4	5	35	
5	3	5	5	5	5	28	3	3	1	2	3	3	5	5	5	35	
4	4	5	5	4	4	26	4	4	3	3	3	5	5	5	5	40	
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	2	4	4	5	5	4	41	
5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44	
2	2	3	3	3	1	14	1	3	2	2	2	4	4	5	5	32	
3	2	3	3	5	3	19	1	2	1	2	4	3	3	3	3	25	
4	4	3	3	3	5	22	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34	
4	4	4	4	4	4	24	5	5	2	1	2	3	2	2	3	28	
4	4	5	5	3	4	25	2	4	2	1	3	3	4	5	5	31	
5	5	5	3	3	3	24	4	5	1	1	1	5	5	5	5	34	
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
5	2	4	2	2	4	19	3	4	1	2	3	3	5	5	4	34	
4	4	5	5	4	4	26	1	5	2	1	4	4	5	5	5	37	
5	3	2	4	3	5	22	5	4	2	3	5	2	5	3	4	38	
5	4	4	1	4	3	21	2	2	4	5	3	2	4	5	3	34	
2	2	2	2	2	2	12	3	5	4	5	3	4	4	4	4	39	
4	5	5	3	4	2	23	3	5	3	4	2	3	4	5	4	38	
5	3	2	5	4	4	23	5	5	5	5	5	5	5	2	4	45	
5	4	3	4	1	5	22	4	5	3	3	5	5	5	3	5	42	
3	4	2	5	2	2	18	3	3	3	3	3	3	4	5	4	35	
2	2	5	4	4	3	20	4	5	4	3	4	4	4	5	2	5	40
2	2	2	4	4	5	19	4	4	5	3	2	5	4	5	3	4	39
1	2	5	1	4	4	17	3	3	3	3	3	3	4	4	5	2	33
4	5	4	4	2	4	23	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	40

4	4	5	2	5	2	22	4	5	5	4	2	3	5	4	4	5	41
2	2	4	5	4	2	19	5	4	5	4	3	4	2	5	4	4	40
2	4	2	2	4	1	15	2	4	4	5	4	5	2	2	2	5	35
2	4	5	2	1	4	18	4	2	5	4	4	5	4	5	4	1	38
4	5	2	3	2	1	17	4	5	4	4	5	2	4	4	5	2	39
4	2	5	1	4	2	18	3	3	2	2	4	3	2	5	5	5	34
2	4	5	4	2	4	21	4	4	2	3	4	3	5	4	3	4	36
3	4	1	1	2	3	14	5	4	4	5	2	4	4	4	5	2	39
1	2	2	2	2	1	10	5	4	5	4	2	3	5	4	4	5	41
5	4	5	2	4	4	24	5	2	5	4	4	2	2	5	4	4	37
2	4	3	4	2	5	20	4	4	2	4	5	2	4	4	3	4	36
2	3	4	2	1	4	16	5	4	5	3	4	4	4	4	5	2	40
4	5	2	2	3	5	21	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
2	2	3	5	4	4	20	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
1	4	1	2	5	2	15	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
2	3	4	1	2	2	14	4	4	4	4	4	2	3	4	5	2	36
3	4	2	4	2	4	19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
2	2	1	4	5	2	16	3	3	3	2	2	1	5	4	4	5	32
4	4	3	2	2	4	19	5	4	3	3	3	3	5	4	2	4	36
4	4	3	4	1	2	18	2	2	1	3	3	3	5	4	2	4	29
2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21

Keunggulan Bersaing (Y)						Total Y
P1	P2	P3	P4	P5	P6	
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	4	27
3	3	4	4	5	5	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26
3	3	3	3	3	3	18
4	3	5	5	4	4	25
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	2	2	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	5	5	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	2	3	3	3	3	16
3	4	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
5	4	4	5	5	4	27
3	3	3	5	5	5	24
2	2	3	5	4	5	21

4	5	5	5	5	5	29
4	4	3	4	3	3	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	5	28
3	5	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	5	5	4	24
4	4	3	3	4	5	23
3	2	2	4	2	5	18
3	4	4	4	5	2	22
1	2	2	5	5	4	19
1	3	2	4	2	2	14
5	4	4	3	3	4	23
3	3	3	4	5	5	23
2	4	3	5	4	2	20
4	4	5	5	4	3	25
2	2	2	4	4	2	16
3	3	4	2	4	4	20
4	2	2	3	3	5	19
2	2	3	3	3	2	15
3	4	3	3	3	5	21
3	4	3	4	5	4	23
2	3	3	3	2	2	15
4	3	2	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	2	2	2	18
2	4	4	3	3	2	18
3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	3	3	3	16
4	4	5	4	4	5	26
2	2	5	4	4	5	22
3	1	2	4	5	5	20
3	3	4	4	4	3	21
5	1	4	4	4	4	22
1	3	3	2	2	2	13
2	2	4	4	5	2	19
4	2	5	4	2	1	18
4	3	2	4	2	3	18
3	3	3	2	2	2	15

Lampiran Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

a. Variabel Kompetensi Individu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repositorv.uma.ac.id)16/12/24

		Correlations							Kompetensi Individu
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
X1.1	Pearson Correlation	1	.548**	.360**	.312*	.193	.458**	.730**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.013	.129	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
X1.2	Pearson Correlation	.548**	1	.245	.198	-.009	.293*	.549**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.053	.119	.942	.020	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
X1.3	Pearson Correlation	.360**	.245	1	.283*	.311*	.385**	.674**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.053		.025	.013	.002	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
X1.4	Pearson Correlation	.312*	.198	.283*	1	.326**	.460**	.681**	
	Sig. (2-tailed)	.013	.119	.025		.009	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
X1.5	Pearson Correlation	.193	-.009	.311*	.326**	1	.184	.523**	
	Sig. (2-tailed)	.129	.942	.013	.009		.149	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
X1.6	Pearson Correlation	.458**	.293*	.385**	.460**	.184	1	.724**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.002	.000	.149		.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	
Kompetensi Individu	Pearson Correlation	.730**	.549**	.674**	.681**	.523**	.724**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	63	63	63	63	63	63	63	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

b. Variabel Orientasi Kewirausahaan

Correlations											
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Orientasi Kewirausahaan

X2.1	Pearson Correlation	1	.397**	.534**	.415**	.351**	.259*	.006	-.071	.025	-.075	.557**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.005	.040	.966	.581	.848	.559	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.2	Pearson Correlation	.397**	1	.287*	.307*	.222	.426**	.195	-.047	-.253*	.173	.599**
	Sig. (2-tailed)	.001		.023	.014	.080	.000	.126	.712	.045	.174	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.3	Pearson Correlation	.534**	.287*	1	.745**	.293*	.346**	.009	.037	.113	.037	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023		.000	.020	.005	.942	.773	.377	.774	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.4	Pearson Correlation	.415**	.307*	.745**	1	.427**	.273*	.008	-.077	-.018	.025	.610**
	Sig. (2-tailed)	.001	.014	.000		.000	.030	.950	.546	.889	.847	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.5	Pearson Correlation	.351**	.222	.293*	.427**	1	.292*	.068	-.027	-.063	.046	.509**
	Sig. (2-tailed)	.005	.080	.020	.000		.020	.598	.836	.622	.719	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.6	Pearson Correlation	.259*	.426**	.346**	.273*	.292*	1	.135	.141	.158	.019	.562**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.005	.030	.020		.292	.272	.215	.881	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.7	Pearson Correlation	.006	.195	.009	.008	.068	.135	1	.464**	.430**	.389**	.487**
	Sig. (2-tailed)	.966	.126	.942	.950	.598	.292		.000	.000	.002	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.8	Pearson Correlation	-.071	-.047	.037	-.077	-.027	.141	.464**	1	.532**	.351**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.581	.712	.773	.546	.836	.272	.000		.000	.005	.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

X2.9	Pearson Correlation	.025	.253*	.113	-.018	.063	.158	.430**	.532**	1	.258*	.509**
	Sig. (2-tailed)	.848	.045	.377	.889	.622	.215	.000	.000		.041	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.10	Pearson Correlation	-.075	.173	.037	.025	.046	.019	.389**	.351**	.258*	1	.409**
	Sig. (2-tailed)	.559	.174	.774	.847	.719	.881	.002	.005	.041		.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Orientasi Kewirausahaan	Pearson Correlation	.557**	.599**	.671**	.610**	.509**	.562**	.487**	.410**	.509**	.409**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

c. Variabel Keunggulan Bersaing

		Correlations						Keunggulan Bersaing
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
Y.1	Pearson Correlation	1	.591**	.560**	.314*	.293*	.474**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.020	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Y.2	Pearson Correlation	.591**	1	.605**	.298*	.323**	.308*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.018	.010	.014	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Y.3	Pearson Correlation	.560**	.605**	1	.425**	.440**	.248*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.050	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Y.4	Pearson Correlation	.314*	.298*	.425**	1	.671**	.406**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.012	.018	.001		.000	.001	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Y.5	Pearson Correlation	.293*	.323**	.440**	.671**	1	.598**	.754**
	Sig. (2-tailed)							

	Sig. (2-tailed)	.020	.010	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Y.6	Pearson Correlation	.474**	.308*	.248*	.406**	.598**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.050	.001	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63	63
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.751**	.718**	.742**	.692**	.754**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kompetensi Individu

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	6

b. Variabel Orientasi Kewirausahaan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	10

c. Variabel Keunggulan Bersaing

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	7

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.93442315
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.060
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

b. Uji Heterokedastisitas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.701	2.041		1.814	.075
	Kompetensi Individu	.015	.058	.033	.255	.800
	Orientasi Kewirausahaan	-.020	.045	-.057	-.442	.660

a. Dependent Variable: abs_res

c. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.679	3.847			
	Kompetensi Individu	.469	.108	.474	.999	1.001
	Orientasi Kewirausahaan	-.175	.085	-.226	.999	1.001

a. Dependent Variable: Kemampuan Bersaing

4. Uji Hipotesis

a. Uji t Statistik

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.679	3.847		4.856	.000
	Kompetensi Individu	.469	.108	.474	4.329	.000
	Orientasi Kewirausahaan	-.175	.085	-.226	-2.067	.043


a. Dependent Variable: Kemampuan Bersaing

b. Uji F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.529	2	188.765	11.801	.000 ^b

	Residual	959.741	60	15.996		
	Total	1337.270	62			
a. Dependent Variable: Kemampuan Bersaing						
b. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Individu						



Lampiran 4: Surat Persetujuan Penelitian dari Universitas Medan Area


UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7360160, Medan 20223
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 42402994, Medan 20122
Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 530/ FEB / 01.1/ V /2022 6 Mei 2022
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Oriflame Sweden

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :


N a m a : Ayu Mardiana Pratiwi
NPM : 178320052
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Kompetensi Individu dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bisnis Multi Level Marketing Oriflame di Medan Selayang**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**Wakil Dekan Bidang Inovasi,
Kemahasiswaan Dan Alumni**


Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiagal

Lampiran 5: Surat izin Riset



ORIFLAME SWEDEN

Cosméticos naturales de Suecia

Jl. Ring Road. 125 A, Ruko No.5 Kota Medan, Sumatera Utara

20121 No hp: 0811600103

Surat Keterangan

NKIT230001835

Yang bertanda tangan dibawah ini Director Oriflame dengan ini menerangkan bahwa nama tersebut dibawah ini:

Nama	: Ayu mardiana Pratiwi
Npm	: 178320052
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Telah melaksanakan penelitian Oriflame daerah Medan Selayang sejak tanggal 11 mei 2022 sampai dengan tanggal 11 juni 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kompetensi Individu dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bisnis Multi Level Marketing Oriflame di Medan Selayang”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Medan , 11 Juni 2022

a.n Director Oriflame



Kartini Harahap

