

PENGARUH INDUSTRI *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) TERHADAP PENINGKATAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DAN MASYARAKAT¹

Deasy Rabiullia Fitrah dan Murhadi
Mahasiswa FISE UNY

Abstrack

This research aims to 1) analyze the influence of Multi Level Marketing Industry toward the upgrading of the students' entrepreneurship interest and spirit, 2) describe the steps carried out in improving the image toward Multi Level Marketing, and 3) analyze the influence of MLM industry in creating work field.

This research employed descriptive-inductive analysis using 50 respondents in Sleman Regency, DIY. The result of the research was processed using SPSS program for Windows 11.00. For the accurateness of the questions the researcher used the method of dominant variable analysis, consisting of validity and reliability test while for the analysis of all the factors the researcher used double-linear regression method.

The result of the research reveals that MLM has a great influence in upgrading the students' and society's entrepreneurship spirit. This is proven by 1) the great number of the students and society developing MLM, 2) the image improvement toward MLM is highly needed by improving the product quality, personal service, and development. The score of adjusted R square 0.406 or 40.60 means that the independent variables consisting of MLM quality variable (X1), product quality variable (X2), personal development variable (X3), carrier variable (X4), and join variable (X5) have a positive influence toward the productivity of MLM (Y) while the rest 60.60 is influenced by other factors. T-test shows that MLM quality variable has the most dominant influence toward MLM productivity (Y). It means that variable X1 is the most dominant variable toward the MLM productivity, 3) MLM industry gives the positive contribution in creating work field. This can be seen from the data showing the great number of societies who have benefited from the existence of MLM.

Key Word: Multi Level Marketing, Entrepreneurship Spirit, Students and Society

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran merupakan masalah yang masih sulit diselesaikan di Indonesia hingga saat ini. Angka pengangguran di Indonesia masih cukup besar. Pada tahun 2001 jumlah pengangguran telah mencapai 8,0 juta orang (8,10% dari angkatan kerja). Kemudian, tahun 2002 meningkat menjadi 9,1 juta (9,06%),

tahun 2003 mencapai 9,8 juta (9,57%), tahun 2004 10,3 juta (9,86%), dan pada Februari 2005 mencapai 10,9 juta (10,26%) (Majalah *Sukses*, edisi 36-Februari 2006). Jumlah pengangguran tersebut dapat menjadi ancaman politik, sosial, ekonomi, dan aspek lainnya secara berantai.

Berbagai upaya pemerintah dan masyarakat terus dilakukan untuk menciptakan lapangan kerja baru guna mengatasi masalah pengangguran. Salah satu upaya solutif mengatasi pengangguran adalah melalui pengembangan usaha *Multi Level Marketing* (MLM) atau dikenal juga dengan *Network Marketing* (NM). Banyak masyarakat berhasil mengembangkan usaha ini. Kurang lebih empat juta penduduk Indonesia telah terdaftar sebagai distributor di berbagai perusahaan MLM, dan masih akan bertambah banyak lagi orang yang akan bergabung.

Di Indonesia, industri *Network Marketing* tercetus sekitar tahun 1980-an. Menurut data Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), ada banyak pilihan yang bisa dimasuki untuk menjalankan bisnis MLM. ISDA aktif sejak Amway, Avon, dan CNI masuk ke Indonesia sekitar tahun 1983.

Perkembangan industri *Network Marketing* ternyata juga menghadapi tantangan yang berat. Tantangan ini sangat beragam, terutama yang berkaitan dengan kepentingan atau keuntungan pribadi. Tidak sedikit orang yang sengaja mencatut nama *Network Marketing* untuk mengeruk keuntungan pribadi. Tragisnya, tidak sedikit masyarakat Indonesia yang terpedaya oleh penipuan-penipuan yang berkedok *Network Marketing* karena memberikan iming-iming keuntungan yang besar.

Dengan adanya oknum atau organisasi tidak bertanggungjawab yang mengatasnamakan *Network Marketing*, tentu saja menyebabkan reputasi industri *Network Marketing* menjadi negatif.

Bisnis *Network Marketing* menjadi identik dengan bentuk lain dari usaha yang tidak jujur atau penipuan. Tidak mengherankan, jika beberapa dekade yang lalu masyarakat segera menjauh begitu mendengar ada satu peluang di bisnis *Network Marketing*.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini berusaha menggali pengaruh MLM di masyarakat. Dengan demikian, dapat dirumuskan tujuannya sebagai berikut. 1) Menganalisis pengaruh industri MLM terhadap peningkatan minat dan jiwa kewirausahaan, 2) Menganalisis langkah-langkah yang ditempuh di dalam memperbaiki *image* terhadap industri MLM, 3) Menjelaskan pengaruh industri MLM dalam menciptakan lapangan kerja.

KAJIAN TEORI

1. *Multi Level Marketing* atau *Network Marketing*

Multi level Marketing atau *Sistem Networking* adalah penjualan secara bertingkat dari distributor mandiri yang memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan dengan 2 cara. Pertama, penjualan produk langsung ke konsumen, distributor mendapat keuntungan atas dasar perbedaan atau selisih antara harga distributor dan harga konsumen. Kedua, distributor bisa menerima potongan harga atas dasar jumlah produk/jasa yang dibeli oleh anggota kelompok bisnis untuk penjualan atau pemakaian, termasuk jumlah penjualan pribadi. Dalam kasus Tianshi, potongan harga ini berkisar dari 5-40%. Bentuk penjualan ini juga

disebut *direct selling*.

Kekuatan dari sistem *direct selling* adalah tradisi kemandirian, layanan ke konsumen, dan komitmen untuk pertumbuhan kewirausahaan dalam sistem pasar bebas. Sistem *direct selling* menawarkan peluang usaha kepada mereka yang mencari alternatif untuk mendapatkan penghasilan tanpa melihat suku, jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur maupun pengalaman. Sistem ini menawarkan peluang untuk mendapatkan penghasilan dengan bekerja secara paruh waktu maupun penuh waktu.

Produk-produk yang dijual pun beragam. Mulai dari kosmetik dan perawatan tubuh, peralatan rumah tangga, makanan, produk-produk nutrisi hingga pakaian dan aksesoris.

Tahun 1978 berdiri Federasi Penjualan Langsung Dunia (WFDSA), merupakan organisasi non pemerintah yang mewakili industri penjualan langsung sedunia. Sekarang ini ada 50 asosiasi penjualan langsung di dunia yang menjadi anggota federasi ini. Di Indonesia, asosiasi yang diakui oleh WFDSA adalah Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia atau APLI yang didirikan pada tahun 1984. (<http://www.unitedcorevision.com>).

2. MLM sebagai Sarana Pengembangan Mental dan Kepemimpinan

MLM merupakan tempat yang baik untuk belajar keterampilan bisnis dalam kehidupan nyata. Kiyosaki (2002), menyatakan bahwa terdapat 12 mata pelajaran bisnis kehidupan nyata yang diajarkan oleh perusahaan pemasaran jaringan, di antaranya sikap terhadap

kesuksesan, keahlian kepemimpinan, keahlian komunikasi, keahlian humas, mengatasi ketakutan pribadi, keraguan, tidak percaya diri, mengatasi rasa takut terhadap penolakan, keahlian manajemen uang, keahlian berinvestasi, keahlian pertanggungjawaban, keahlian manajemen waktu, penentuan tujuan atau cita-cita, dan sistematisasi.

Dalam penerapan pengembangan diri (*entrepreneur*), setiap distributor MLM harus selalu bersikap positif. Karena, MLM adalah tempat melatih mental kepemimpinan, pelatihan yang berhubungan dengan kesuksesan dan pengembangan diri. Pelatihan ini dilakukan melalui teori dan praktik langsung, sehingga membuat para pelaku MLM tumbuh menjadi seorang pemimpin handal.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Agustus 2007 di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan mahasiswa di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

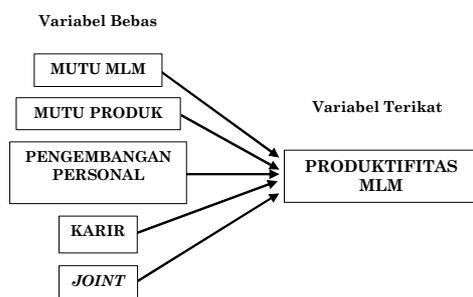
Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik Angket/ Kuisisioner, Dokumentasi, dan Observasi. Dari variabel-variabel yang diteliti akan dibuat suatu pertanyaan untuk mengetahui pendapat responden. Adapun gradiasi penilaian dari sangat positif yang bernilai 5 sampai dengan negatif yang bernilai 1. Selanjutnya, hasil pengisian kuisisioner akan diolah dengan bantuan program *SPSS for Window version 11.00*.

Analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisis deskriptif-induktif (Effendi dan Maning, dalam Singarimbun dan Effendi, 1998). Peneliti menggunakan metode kualitatif dipadu dengan analisis kuantitatif, dan regresi linear ganda. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap validitas hipotesis penelitian.

1. Metode Regresi Linier Ganda

Metode Regresi Linier Ganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas, diantaranya variabel mutu MLM, mutu produk, program pengembangan personal, karir, keputusan bergabung (*joint*), dan dengan variabel terikat untuk produktifitas MLM. Variabel-variabel tersebut dapat digambarkan ke dalam kerangka pemikiran seperti berikut.



Dari kerangka pemikiran tersebut dapat dirumuskan kedalam persamaan regresi lima prediktor: $Y = a + b1.x1 + b2.x2 + b3.x3 + b4.x4 + b5.x5$, di mana; $Y =$ Produktifitas MLM, $a =$ Konstanta, $b =$ Koefisien yang dicari, $x1 =$ Variabel Mutu MLM, $x2 =$ Variabel Mutu Produk, $x3 =$ Variabel Pengembangan personal, $x4 =$ Variabel karir, $x5 =$ variabel *join*

2. Uji *Multiple Coefisien Determination*
Rumus yang digunakan adalah:

$$F = \frac{R^2 / K - 1}{1 - R^2 (N - k)}$$

3. Uji secara Parsial (*Analisis Parsial Regretion*)

Uji t yaitu pengujian secara statistik untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat

$$T \text{ tes} = \beta / SE (\hat{a}_j)$$

4. Analisis Variabel Dominan

Analisis ini dilakukan untuk mencari variabel bebas yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat, caranya adalah dengan mencari nilai tertinggi yang dihasilkan dari pengujian secara parsial (t hitung mana yang memiliki nilai paling besar)

Uji validitas dilakukan melalui pengujian item Homogenitas Uji Reliabilitas menggunakan *croanbanch alpa* dengan rumus :

$$\hat{a} = kr/1+(k+1)r$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pertanyaan Responden terhadap Mutu MLM.

Pertanyaan responden terhadap *branch image* MLM di masyarakat, secara rinci akan disajikan pada tabel di bawah ini.

Pengaruh Industri *Multi Level Marketing* (MLM) Terhadap Peningkatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa dan Masyarakat

Tabel 1. Pernyataan Responden Terhadap Mutu MLM

No	Pertanyaan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1	Sangat Setuju	8	16 %
2	Setuju	19	38 %
3	Netral	10	20 %
4	Tidak setuju	8	16 %
5	Sangat tidak setuju	5	10 %
	Jumlah :	50	100 %

Respon dari responden terhadap mutu MLM menempati posisi 38 % dengan jumlah responden 19 orang. Dengan demikian sebagian masyarakat merespon baik jika ada MLM yang bermutu.

2. Pertanyaan terhadap Mutu Produk

Sebagian masyarakat merespon positif terhadap eksistensi mutu MLM. Sebagai keterangan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Pertanyaan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1	Sangat Setuju	20	40 %
2	Setuju	14	28 %
3	Netral	9	18 %
4	Tidak setuju	5	10 %
5	Sangat tidak setuju	2	4 %
	Jumlah :	50	100 %

3. Pertanyaan terhadap Pengembangan Personal

Respon dari responden sangat setuju terhadap program pengembangan personal yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh 17 responden dengan prosentase 34% menyatakan sangat setuju terhadap program pengembangannya. Alasan utamanya karena program-

program tersebut dapat menghilangkan ego-ego yang mementingkan diri sendiri dan menghalangi kinerja para anggota.

4. Pertanyaan terhadap Karir

Dari data yang diperoleh, sejumlah responden setuju terhadap karir di industri MLM, didukung oleh 26 responden dengan prosentase 52 %. Hal ini merupakan tanggapan positif dari sebagian masyarakat terhadap prospek karir di industri MLM.

5. Pertanyaan Terhadap Kemauan Bergabung/*Joint*

Tabel 3. Pertanyaan Responden Terhadap *Joint*

Analisis Data

1. Analisis data Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh dari penghitungan dan pengolahan data adalah $Y=4,436 + 0.200x_1 + 0,271X_2 + (-0.86)X_3 + 0,178X_4 + 0,086 X_5$.

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah nilai konstanta sebesar 4,436 merupakan nilai dari produktifitas MLM. Apabila variabel-variabel bebas yang terdiri dari mutu MLM(X1), mutu produk (x2), pengembangan personal (x3), karir (X4), Join (x5) bernilai 0, maka produktifitas MLM meningkat. Apabila variabel X1(mutu MLM)

berubah dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka variabel Y (produktifitas MLM) akan meningkat. Apabila variabel X2 (pengembangan personal) berubah dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka variabel Y (produktifitas) mengalami peningkatan. Apabila variabel X3 (pengembangan personal) berubah dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka variabel produktifitas akan mengalami peningkatan. Apabila variabel X4 (karir) berubah dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka variabel Y (produktifitas) akan mengalami peningkatan. Apabila variabel X5 (*joint*) berubah dengan asumsi variabel yang lain tetap, maka variabel Y (produktifitas) akan mengalami peningkatan.

Uji R merupakan ikhtisar seberapa baik fungsi regresi berpengaruh terhadap *adjusted R square*, dinyatakan dalam bentuk prosentase. Secara rinci hasil pengujian koefisien diterminasi dapat dilihat pada model *summary*. Hasil yang masuk kemudian diolah dengan SPSS. Berdasarkan analisis tersebut diperoleh hasil bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,406 atau 40.60 %. Nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa, variabel bebas yang terdiri dari variabel Mutu MLM (X1), variabel Mutu Produk (X2), variabel Pengembangan Personal (X3), variabel Karir (X4), variabel *Joint* (X5) mempunyai pengaruh secara positif terhadap Produktifitas MLM(Y), sedangkan sisanya sebesar 60,60 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

2. Analisis *Multiple Coeficien of Determination*

Analisis *multiple coeficien of determination* atau uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh positif dari variabel Mutu MLM (X1), variabel Mutu Produk (X2), variabel Pengembangan Personal (X3), variabel Karir (X4), dan variabel *Joint* (X5). Tingkat signifikansi yang ditetapkan 0,05 (α) = 5 %, F hitung = 7,685 dan F tabel sebesar = 2,43. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa, F hitung > F tabel yaitu nilai F hitung sebesar 7,685 dan F tabel sebesar 2,43 ($7,685 > 2,43$). Dengan demikian, $H_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$ ditolak dan $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ diterima.

Artinya, variabel mutu MLM (X1), variabel Mutu Produk (X2), variabel Pengembangan Personal (X3), variabel Karir (X4), variabel *Joint* (X5) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu produktifitas MLM.

3. Analisis Parsial Regresi

Uji dilakukan untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri atau parsial. Tingkat signifikan = $0.05 = \alpha = 5\%$. Uji yang dilakukan adalah uji dua sisi, sehingga 0,05 di bagi menjadi dua = 0,025, t table = 2,00.

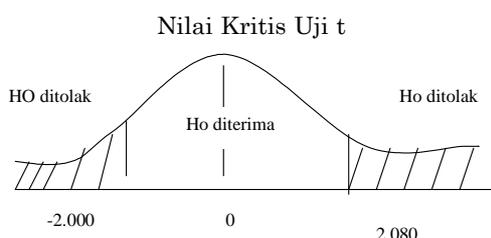
4. Pengaruh Mutu MLM (X1) terhadap Produktivitas MLM (Y)

Hasil perhitungan diperoleh sebesar 2,170 dan t tabel sebesar 2000. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,170 > 2000$). Variabel mutu MLM berpengaruh

ruh terhadap produktivitas MLM atau bernilai tidak sama dengan nol, sehingga H_0 dan H_a diterima. Dengan demikian, ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel mutu MLM dengan produktivitas.

5. Pengaruh Mutu Produk (X_2) terhadap Produktivitas MLM (Y)

Interpretasinya adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Mutu Produk (X_2) terhadap produktivitas MLM (Y). Hasil tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



6. Pengaruh Pengembangan Personal (X_3) terhadap Produktivitas MLM (Y)

Tingkat signifikansi = 0,05 (α 5%), pengujian dilakukan dengan uji dua sisi, sehingga 5% dibagi 2 menjadi 0.025, hasil yang diperoleh adalah t hitung = 0.604 dan t tabel 2000 dengan tingkat signifikansi diperoleh 0,549. Interpretasinya adalah tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

7. Pengaruh Karir (X_4) terhadap Produktivitas MLM (Y)

Tingkat signifikan = 0,05 (α 5%), pengujian dilakukan dengan uji dua sisi sehingga 5% dibagi 2 menjadi 0.025. Hasil yang diperoleh adalah t hitung =

1,391 dan t tabel 2000 dengan tingkat signifikansi diperoleh 0,171. Interpretasinya adalah tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

8. Pengaruh *Joint* (X_5) terhadap Produktivitas MLM (Y)

Tingkat signifikansi = 0,05 (α 5%), pengujian dilakukan dengan uji dua sisi sehingga 5% dibagi 2 menjadi 0.025. Hasil yang diperoleh adalah t hitung = 1,302 dan t tabel 2000 dengan tingkat signifikansi diperoleh 0,200. Interpretasinya adalah tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Analisis Variabel Dominan

Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa nilai t hitung dari variabel Mutu MLM (X_1) memiliki nilai paling besar yaitu 2,170 dan t tabel 2.000. Hal ini bila dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu variabel mutu produk (x_2) sebesar 2,080 dan t tabel 2.000, variabel pengembangan personal (X_3) sebesar 0,604 dan t tabel 2.000, variabel karir (X_4) sebesar 1,391 dan t tabel 2.000, variabel *join* (X_5) sebesar 1,302 dan t tabel 2.000.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel mutu MLM memiliki pengaruh paling dominan terhadap produktivitas MLM (Y). Artinya variabel (X_1) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap produktivitas MLM, variabel mutu MLM (X_1) memberikan kontribusi paling besar terhadap produktivitas MLM bila

dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dikarenakan faktor Mutu MLM memiliki nilai tersendiri yang akan membawa MLM menjadi lebih baik.

1. Uji Validitas

SPSS yang terdapat pada hasil reliability masing-masing berjumlah 4 pertanyaan, dan keseluruhan pertanyaan berjumlah 20 butir. Nilai *corrected item total-correlatio* lebih dari 0.2. Sehingga, kuesioner dalam penelitian ini yang berjumlah 20 pertanyaan diakui keabsahannya (valid).

2. Uji Realibilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur kuesioner (reliabel), teknik pengukurannya menggunakan *croanbanch alpa*. Berdasarkan nilai *croanbanch alpha*, kesemua variabel bernilai lebih dari 0,5, hanya satu yang kurang dari 0,5 yaitu Mutu Produk, sehingga variabel pertanyaan tentang kuisisioner tidak dapat dipercaya.

Sedangkan sisanya sebesar 60,60 dipengaruhi faktor lain. Hasil perhitungan *multiple regresion* dapat diketahui $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ yaitu nilai $F \text{ hitung}$ sebesar 7,685 dan $F \text{ tabel}$ sebesar 2,43 ($7,685 > 2,43$).

Dengan demikian, hipotesis bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dibuktikan.

2. Analisa Varibel Dominan

Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa nilai $t \text{ hitung}$ dari variabel Mutu MLM (X_1) memiliki nilai paling besar yaitu 2,170 dan $t \text{ tabel}$ 2.000 dibandingkan dengan variabel yang lain. Variabel yang dimaksud adalah variabel Mutu Produk (X_2) sebesar 2,080 dan $t \text{ tabel}$ 2.000, variabel Pengembangan Personal (X_3) sebesar -0,604 dan $t \text{ tabel}$ 2.000, variabel Karir (X_4) sebesar 1,391 dan $t \text{ tabel}$ 2.000, variabel *Joint* (X_5) sebesar 1,302 dan $t \text{ tabel}$ 2.000, sehingga variabel Mutu MLM memiliki pengaruh paling dominan terhadap Produktifitas MLM (Y). Artinya, variabel (X_1) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Produktifitas MLM. Variabel Mutu MLM (X_1) memberikan kontribusi paling besar terhadap produktifitas MLM dibandingkan dengan variabel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal, di antaranya :

1. Pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,406 atau 40.60, nilai tersebut dapat diinterpretasikan, bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel Mutu MLM (X_1), variabel Mutu Produk (X_2), variabel Pengembangan Personal (X_3), variabel Karir (X_4), variabel *Joint* (X_5). mempunyai pengaruh secara positif terhadap Produktifitas MLM(Y).

DAFTAR PUSTAKA

Andreas, Harefa. "*Multi Level Marketing*",
hlm. 6,7.

Ho, Andrew & Aa Gym. 2006. "*The Power
of Network Marketing* " MQS
Publishing

<http://www.unitedcorevision.com>

Kiyosaki, Robert T. 2001. "*The Cashflow
Quadran*"

_____. (2001). "*The Business School
For People Who Like Helping People*"

Muhamad, Mar'e. 2003. Ledakan
Pengangguran. Jakarta: *Koran
Tempo* edisi Agustus.

Radja Silalahi, Pande. 2006. "MLM: Solusi
Atasi Pengangguran". Jakarta :
Majalah SUKSES edisi Februari.

_____. 2001. *Lapangan Kerja*, Fokus Tim
Ekonomi. Jakarta : Kompas

Sugiyono. 2003. "*Statistika Untuk
Penelitian*" Bandung: CV. Alfabeta.

Santoso, Benny. 2003. *All about MLM –
Memahami Lebih Jauh MLM dan
Pernak-Perniknya* – Ed.- Yogyakarta.

Sanafiah, Faisal. 1995. *Format-format
Penelitian Sosial : Dasar-Dasar dan
Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.