

**IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMAN PADA *MULTI LEVEL
MARKETING* (MLM) SYARIAH DI PERSEROAN TERBATAS
HERBA PENAWARAN ALWAHIDA *INTERNATIONAL
CENTER* (PT HPAIC) YOGYAKARTA TAHUN 2019**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**Ghina Fatin Salsabila
NIM 16240045**

Pembimbing:

**Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si.
NIP.197410251998032 001**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-489/Un.02/DD/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN PADA *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) SYARIAH DI PERSEROAN TERBATAS HERBA PENAWAR ALWAHIDA *INTERNATIONAL CENTER* (PT HPAIC) YOGYAKARTA TAHUN 2019


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GHINA FATIN SALSABILA
Nomor Induk Mahasiswa : 16240045
Telah diujikan pada : Rabu, 27 Mei 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang


Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
NIP. 19741025 199803 2 001

Penguji I


Dr. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 200003 1 001

Penguji II


Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19731016 200012 1 001

Yogyakarta, 27 Mei 2020

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk serta mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ghina Fatin Salsabila
NIM : 16240045
Judul Skripsi : Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi/ tugas akhir tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Mei 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP.19670104 199303 1 003

Pembimbing

Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag.M.Si.
NIP.19741025 199803 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghina Fatin Salsabia
NIM : 16240045
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya , bahwa skripsi yang berjudul **Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perscroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019** adalah hasil karya pribadi yang tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan atau tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Mei 2020

Yang menyatakan



Ghina Fatin Salsabila
NIM 16240045

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Alamamaterku

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُيُوتٌ مَرصُوصَةٌ

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”¹

(Q.S As Shaff:4)



¹ <https://qur'an.kemenag.go.id/sura/61>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan inayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya di yaumul akhir.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semua ini tidak lepas dari bimbingan dan dorongan berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Sudah sepatutnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Phil. Sahiron, M.A., Ph.D, selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
2. Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Aris Risdiana, S.Sos.I., MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama proses perkuliahan.
5. Ibu Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas kesabaran, ketulusan, kasih sayang dalam membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat, hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dosen Jurusan Manajemen Dakwah, yang telah membimbing serta mencurahkan ilmu selama perkuliahan.
7. Bapak Juwari Cadman, selaku Wakil Direktur PT HPAIC yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Bapak Agus Giyanto, selaku Manajer Operasional yang telah membantu selama proses penelitian berlangsung.
9. Ibu Sari, selaku Koordniasi Admin HPAIC, yang telah membimbing dan membantu selama proses penelitian berlangsung.
10. Mbak Nia, selaku Admin HPAIC yang telah membantu selama proses penelitian berlangsung.
11. Mbak Riya dan Mas Dodi, selaku anggota MLM Syariah yang sudah membantu untuk melengkapi informasi data skripsi.
12. Diri saya sendiri yang telah berjuang keras untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai bekal masa depan.

13. Orang tua tercinta, Ayah Khairil Hamzah dan Ibu Tri Karminah, yang telah mendidik, memberi dukungan, dan menyayangi sepenuh hati.
14. Kerabat terdekat, Mamas Daru, Adek Ayo, Tete Ica, Om Djazim Nadhif, Tante Herlin, Mbak Irva, Mbak Vian, Bintang, Mbak Putri, yang memberi dukungan dari jarak jauh.
15. Teman-teman tercinta, Sibling Amikom, PBDM Tari, Miss Kos Sapen, KKN 138, LKUI'16 Anak Bu Mik, Grup Magang BDK, yang sudah mewarnai hari-hari di Jogja.
16. Teman-teman Manajemen Dakwah 2016, terkhusus Caca, Pia, Fitria, Ida, Ainna.
17. Semua pihak yang telah membantu dan memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 11 Mei 2020

Penyusun

Ghina Fatin Salsabila

16240045

ABSTRAK

Ghina Fatin Salsabila, 16240045, Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019. Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Yogyakarta (PT HPAIC) tahun 2019. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya target pendapatan perusahaan yang belum tercapai, sumberdaya manusia dan penjualan produk yang harusnya lebih terorganisir dalam pelaksanaannya, namun pada praktiknya masih kurang diperhatikan oleh PT HPAIC.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah tahun 2019 jika ditinjau dengan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian pada *marketing mix* (4P) cukup baik. Namun pada pengorganisasian sumber daya manusia dan penjualan produk perlu diperbaiki agar target pendapatan pada pemasaran produk dapat tercapai.

Kata Kunci: **Fungsi Manajemen, *Multi Level Marketing* Syariah, PT Herba Penawar Alwahida *International Center* Yogyakarta**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Kajian Pustaka.....	10
G. Kerangka Teori.....	11

H. Metode Penelitian	20
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II: GAMBARAN UMUM PT HPAIC.....	
A. Letak Geografis PT HPAIC	27
B. Sejarah Berdiri dan Perkembangan PT HPAIC	28
C. Visi Misi HPAIC.....	31
D. Produk-Produk HPAIC	31
E. Sarana dan Prasarana HPAIC.....	35
F. Struktur Kepengurusan HPAIC.....	37
BAB III: IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN PADA MLM SYARIAH DI PT HPAIC	
A. Perencanaan	41
1. Perencanaan Produk	41
2. Perencanaan Harga.....	44
3. Perencanaan Promosi	46
4. Perencanaan Tempat	48
B. Pengorganisasian	49
1. Pengorganisasian Produk	53
2. Pengorganisasian Harga	57
3. Pengorganisasian Promosi	62

4. Pengorganisasian Tempat	67
C. Penggerakan.....	71
1. Penggerakan Produk.....	72
2. Penggerakan Harga	76
3. Penggerakan Promosi.....	78
4. Penggerakan Tempat.....	81
D. Pengendalian	84
1. Pengendalian Produk.....	84
2. Pengendalian Harga	86
3. Pengendalian Promosi.....	87
4. Pengendalian Tempat	89
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Sumber Data

Gambar 1.2 Triangulasi Teknik

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Yayasan Pak Haji HPAIC

Gambar 2.2 Struktur Organisasi MLM Syariah HPAIC

Tabel 2.1 Produk-produk HPAIC

Tabel 3.1 Perusahaan MLM Syariah Bersertifikat DSN MUI

Tabel 3.2 Produk HPA BerBPOM

Tabel 3.3 Pelaksanaan Program Gempur POC Radix 2019



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul Skripsi

Skripsi ini berjudul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019”. Beberapa istilah dari judul tersebut perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi Manajemen

Kata “manajemen” dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) dimaknai sebagai proses pemakaian sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan.² Menurut George R. Terry dengan pendekatan sudut pandang fungsi, manajemen merupakan sebuah proses yang khas, terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.³ Sedangkan menurut Mamduh Hanafi, fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian.⁴

² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm,909.

³ George R. Terry, *Asas-Asas Manajemen*, Terjemahan Winardi, (Bandung, Alumni 2012), hlm.4.

⁴ Mamduh Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013), hlm.3.

2. *Multi Level Marketing* Syariah

MLM dalam perspektif Islam adalah salah satu jenis akad jual beli (*al ba'i*) bisa dikatakan sistem penjualan langsung atau pemasaran berjangka untuk memasarkan produk langsung secara mandiri. Selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba' gharar*, *dzulm* dan *maisir* maka hukumnya adalah *mubah*. Sebaliknya, bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM seperti *money game* yang di dalamnya terdapat unsur *gharar*, *maisir* dan *dzulm* maka hukumnya haram.⁵

3. Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center*

HPAIC terletak di Sidosari, Becici, Wono Kerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran produk-produk herba. HPAIC merupakan anak dari perusahaan HPA yang berpusat di Malaysia. Perusahaan HPAIC ini menjadi lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan penegasan istilah tersebut, maka yang dimaksud dengan judul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Sleman Yogyakarta Tahun 2019” dalam penelitian ini adalah penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan

⁵ Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi* (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng, 2014) hlm.54.

pengendalian pada pemasaran produk dengan sistem MLM Syariah yang telah ditetapkan oleh PT HPAIC tahun 2019.

B. Latar Belakang

Penerapan fungsi manajemen dalam suatu organisasi sangat diperlukan. Fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Karena dengan menerapkan aspek manajemen tersebut, maka suatu kegiatan dapat berjalan secara terencana, sistematis, berkesinambungan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adapun faktor pendorong dalam fungsi manajemen yaitu sumber daya manusia. Organisasi di perusahaan membutuhkan orang yang dapat menetapkan sasaran dan merencanakan segala yang harus dilakukan. Perusahaan membutuhkan orang yang dapat memimpin dan memotivasi orang lain. Dan perusahaan membutuhkan orang yang dapat mengevaluasi apakah sasaran-sasaran perusahaan sudah dicapai secara efektif dan efisien. Orang tersebut adalah manajer.

Manajer adalah seseorang yang melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga sasaran dalam sebuah perusahaan dapat tercapai. Pekerjaan seorang manajer bukanlah menyelesaikan tugas-tugasnya pribadi, pekerjaan manajer adalah berupaya membantu orang lain menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan baik.⁶ Dengan teori fungsi manajemen seorang manajer dapat menetapkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

⁶ Stephen Robbins, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm.6.

Multi Level Marketing atau yang lebih dikenal dengan MLM merupakan suatu bisnis yang berhubungan dengan memasarkan suatu produk. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan manusia semakin kompleks. Terkait dengan kebutuhan materil, bisnis merupakan salah satu terobosan untuk merubah pola kehidupan kearah yang lebih baik. Semakin banyak kebutuhan manusia, maka semakin besar peluang untuk menciptakan sebuah bisnis dengan tujuan memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu bisnis yang sering ramai diperbincangkan adalah MLM.

Bisnis MLM bukan merupakan suatu cara ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah, karena sesungguhnya MLM merupakan metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan disitribusi. Kesuksesan dari MLM tergantung dari kualitas produk yang ditawarkan.⁷

MLM sendiri pada dasarnya berada dibawah pengawasan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), sebuah asosiasi yang beranggotakan perusahaan-perusahaan penjualan langsung atau *multi level marketing* yang berdomisili dan beroperasi di Indonesia dalam tingkat nasional. Misi dari APLI yakni mewujudkan suatu industri penjualan langsung di Indonesia yang dapat tumbuh secara berkelanjutan melalui upaya penciptaan iklim usaha yang sehat.⁸ Perusahaan yang menggunakan sistem MLM di Indonesia tahun 2019 tercatat sebanyak 400

⁷ Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm.27.

⁸ Andrias Harefa, *Pesona Bisnis Dirrect Selling dan MLM* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000),hlm.187.

perusahaan.⁹ Sedangkan yang telah memiliki izin beroperasi menggunakan sistem MLM tahun 2019 hanya ada 96 perusahaan.¹⁰ Dari pemaparan tersebut masih ada sekitar 304 perusahaan belum mendapatkan izin legal menggunakan sistem MLM. Artinya banyak perusahaan ilegal mengatasnamakan sistem MLM, namun tidak berada dibawah pengawasan APLI, karena belum terdaftar dan tersertifikasi sebagai anggota. Hal ini dapat berdampak penyalahgunaan dari perusahaan tersebut pada pengoperasian sistem MLM sehingga mencorengnama baik sistem MLM sendiri.

Pada kenyataannya bisnis MLM hingga saat ini masih tetap ada, bahkan MLM berbasis syariah sudah mulai berkembang, yakni DSN MUI telah mengeluarkan fatwa No 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) termasuk *multi level marketing* di dalamnya.¹¹

Berikut ini adalah kolaborasi kriteria dari MLM Syariah menurut Achmad Muslich¹², dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009¹³ untuk perusahaan dalam menjalankan bisnis MLM Syariah:

⁹ Hazliansyah, "Bisnis MLM Kerap Dicap Negatif, Apa Alasannya?", <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/orb3uo280>, diakses Sabtu 10 Juni 2017 07:54 WIB.

¹⁰ <https://apli.or.id/>

¹¹ Danang Sugianto, "Sekarang Ada MLM Halal Lho, Seperti Apa Ya?", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4464930/cara-bedakan-mlm-halal-dan-haram/3>, diakses pada Selasa 12 Maret 2019 16:31 WIB.

¹² Achmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.618.

¹³ <https://dsnemui.or.id/pedoman-penjualan-langsung-berjenjang-syariah-plbs/>

1. Produk yang dipasarkan harus halal, berkualitas, dan menghindari *syubhat*.
2. Ada obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
3. Sistem akadnya harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.
4. Kegiatan operasional, kebijakan, *corporate culture*, dan sistem akuntansinya harus sesuai dengan syariah.
5. Tidak ada upaya untuk melakukan *mark up* harga barang melampaui batas kewajaran (misalnya dua kali lipat), sehingga anggota terzalimi dengan harga yang sangat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaatnya.
6. Struktur manajemennya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
7. Formula intensif harus adil, tidak menzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya sebagai anggota yang menerima pasif *income* tanpa bekerja.
8. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
9. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir (belakangan).
10. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Tidak menitik beratkan kepada barang-barang tersier ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. Cara penghargaan kepada mereka yang berpotensi tidak boleh mencerminkan sikap hura-hura dan pesta pora karena sikap tersebut tidak sesuai dengan syariah.

12. Perusahaan MLM harus berorientasi kepada kemaslahatan ekonomi umat.

Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*.

13. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

14. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dengan adanya pengeluaran fatwa ini, dapat dijadikan acuan bagaimana suatu perusahaan manajemen bisnis MLM untuk dijalankan dengan semestinya, terutama bagi umat muslim yang lebih mengutamakan halal dan berkahnya dalam menjalankan suatu bisnis. Allah melarang berbisnis jika menggunakan jalan yang *bathil*, Qur'an Surat An Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁴

¹⁴ <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>

Ayat tersebut ditegaskan bahwa dalam menjalankan bisnis perniagaan kita harus melalui jalan yang benar, tidak keluar dari syariat. Dalam perniagaan, harus di dasarkan suka dengan suka, tidak ada unsur paksaan dari salah satu pihak. Begitu juga dengan bisnis MLM, antara pihak perusahaan produk dengan pihak konsumen tidak boleh ada unsur paksaan ataupun tekanan.

PT Herba Penawar Alwahida atau lebih dikenal dengan PT HPA adalah salah satu perusahaan produk herba yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM, berpusat di Malaysia dengan pendirinya bernama Tuan Haji Ismail. Pada tahun 2012 dibentuk PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT HPAI). PT HPAI merupakan anak perusahaan dari PT HPA yang berpusat di Malaysia, namun di tahun 2016 PT HPAI memisahkan diri dari PT HPA dan mengganti namanya dari perusahaan *Multi Level Marketing* menjadi *Halal Network International* (HNI). Lepasnya PT HPAI dari MLM, membuat HPA melakukan ekspansi pada tahun 2017 di Indonesia dengan membangun *HPA International Center* (HPAIC) yang berlokasi di Turi, Sleman, Yogyakarta.¹⁵ Lepasnya PT HPAI dengan menggunakan sistem baru, tidak membuat Tuan Haji Ismail selaku *owner* berputus asa. Beliau tetap konsisten dengan memasarkan produk HPA miliknya dengan sistem MLM Syariah. Walaupun sudah menyatakan tidak menggunakan sistem MLM, pada kenyataannya PT HPAI tetap

¹⁵ <https://hpainternational.id/tentang-hpa/>

menjual produk dengan label herba dan resep yang sama dengan PT HPAIC, bahkan beberapa produk dari PT HPAIC tetap dijual oleh PT HPAI.¹⁶

PT HPAIC merupakan perusahaan MLM Syariah yang belum lama berdiri yakni pada tahun 2017 dan diberi sertifikat halal oleh DSN MUI pada tahun 2018. Visi dari PT HPAIC sendiri pada dasarnya adalah meningkatkan perekonomian umat muslim. Tahun 2019 tercatat ratusan jenis produk kesehatan yang di edarkan oleh PT HPAIC. Dengan menggunakan sistem MLM Syariah dan PT HPAI tetap memasarkan beberapa produk milik PT HPAIC, namun dalam target penjualan produk PT HPAIC pada tahun 2019 belum tercapai.¹⁷ Pencapaian tujuan ataupun target sebuah perusahaan, ditentukan berdasarkan bagaimana manajemen yang diterapkan di dalam perusahaan tersebut, apakah sudah efektif dan efisien atau belum.

Sesuai penjelasan singkat tersebut peneliti ingin mengetahui apakah fungsi manajemen pada MLM Syariah sudah sepenuhnya diterapkan oleh HPAIC? Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menarik judul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019.”

¹⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC) di kantor HPAIC, 10 Januari 2020, 10.17 WIB.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC) di kantor HPAIC, 10 Januari 2020, 10.28 WIB.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman Yogyakarta tahun 2019?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman Yogyakarta tahun 2019.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap bidang kajian ilmu manajemen pemasaran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan terkait MLM Syariah.
- b. Sebagai upaya untuk mengetahui tentang implementasi manajemen MLM Syariah yang ada di PT HPAIC Sleman Yogyakarta.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan menambah keilmuan bagi peneliti dalam manajemen dakwah terkait MLM Syariah.

b. Bagi PT HPAIC Sleman Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap manajemen MLM Syariah yang diterapkan di PT HPAIC, serta sebagai bahan

evaluasi yang menjadi alat ukur dan bahan pertimbangan dalam menerapkan keputusan yang lebih efektif dan efisien di PT HPAIC.

c. Bagi Manajemen Dakwah

Memberikan informasi dan kontribusi praktis dalam mengoptimalkan peranan ilmu manajemen berbasis syariah.

F. Kajian Pustaka

Tujuan dari uraian telaah pustaka ini adalah untuk menunjukkan originalitas penelitian dan memberikan kejelasan serta batasan terhadap apa yang diteliti oleh peneliti, guna membedakan dan membatasi penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian lainnya. Berdasarkan hasil penelusuran terhadap beberapa penelitian adalah :

Penelitian dari Ziana Rifda (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Tulungagung”. Hasil penelitiannya strategi pemasaran yang digunakan pada perusahaan Paytren yaitu pertama, mitra paytren berusaha menjaring konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu. Kedua, dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, calon mitra diberi aplikasi dari perusahaan. Ketiga, sesudah menjadi mitra, maka tugas adalah mencari mitra baru dengan cara seperti diatas yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi biodata dalam aplikasi. Keempat, para mitra baru juga bertugas mencari calon mitra baru lainnya dengan cara seperti diatas, yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi biodata dalam aplikasi. Kelima, jika mitra mampu menjaring mitra baru yang banyak, maka ia akan

mendapat bonus, semakin banyak mitra yang daoat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasadiuntungkan oleh banyaknya mitra yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Keenam, dengan adanya para mitra baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka mitra yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan tetapi hal itu juga dibatasi untuk merekrut mitra.¹⁸

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas MLM dalam segi syariah dan lebih menekankan dalam lingkup pemasarannya. Perbedaanya perusahaan yang di teliti dengan konsep MLM berupa perkembangan digital (jasa) bukan perusahaan dengan produk barang.

1. Penelitian dari Muhammad Amin (2017), dengan judul “Strategi Pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) pada PT Natural Nusantara Cabang Purwekerto”. Hasil penelitiannya yaitu MLM pada PT Natural Nusantara cabang Purwekerto sesuai dengan ekonomi Islam, karena jika dilihat dari sistem MLM di perusahaaan tersebut tidak mengandung unsure *money game*. Dilihat dari semua produk sudah mendapat ijin dari BPOM, serta sertifikasi halal MUI. Sedangkan

¹⁸ Ziana Rifda, *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Tulungagung*, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9684/>, diakses pada 18 Oktober 2018.

sistem bonus yang diberikan oleh PT Natural Nusantara tidak lain adalah karena prestasi kerja yang dilakukan oleh distributor yang memasarkan produk.¹⁹

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi MLM yang diterapkan oleh suatu perusahaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu perusahaan yang diteliti fokus pada penggerakannya, tidak mencakup seluruh aspek fungsi manajemen pada pemasarannya.

2. Penelitian dari Eka Rosyidah (2018) dengan judul “Penerapan Fungsi Manajemen pada Unit Usaha Pelatihan Membatik *Nggonen* di Pondok Pesantren *Raudhatul Muttaqien* Kalasan Kabupaten Sleman”. Hasil penelitiannya yaitu perencanaan pelatihan membatik dengan menyebarkan brosur penawaran pelatihan membatik ke beberapa sekolah. Pengorganisasian pada penelitian ini adalah hubungan kerja dibangun dengan penanaman rasa tanggung jawab kepada tugas masing-masing anggota. Pemberian motivasi diberikan dari *internal* tim batik. Pengawasan lebih difokuskan pada pos penyantingan sebagai antisipasi agar lilin yang panas tidak melukai peserta pelatihan membatik.²⁰

¹⁹ Muhammad Amin, *Strategi Pemasaran MLM (Multi Level Marketing) pada PT Natural Nusantara Cabang Purwokerto*, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/>, diakses pada 21 Juni 2017.

²⁰ Eka Rosyidah, *Penerapan Fungsi Manajemen pada Unit Usaha Pelatihan Membatik Nggonen di Pondok Pesantren Raudhatul Muttaqien Kalasan Kabupaten Sleman*, <http://digilib.uin-suka.ac.id/>, diakses pada 7 Februari 2018.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori fungsi manajemen, kemudian menjabarkan bagaimana implementasinya. Perbedaan dari penelitian ini yaitu subjek dan objek penelitian yang digunakan.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Fungsi-Fungsi Manajemen

Dalam suatu perusahaan, pasti dibutuhkan manajemen yang baik. Manajemen yang baik tentunya mengacu pada fungsi-fungsi manajemen itu sendiri, adapun fungsi-fungsi manajemen menurut Mamduh Hanafi yakni sebagai berikut²¹ :

- a. Perencanaan: Merupakan fungsi manajemen yang pertama dan merupakan fungsi yang paling penting. Perencanaan mempunyai manfaat karena dapat meningkatkan koordinasi, mengurangi ketidakpastian, dan dapat digunakan untuk pengendalian. Ada beberapa jenis perencanaan: misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program, dan anggaran. Proses perencanaan dimulai dari misi organisasi, yang kemudian diteruskan dengan tujuan dan perencanaan strategis. Rencana strategis ditujukan untuk mencapai tujuan strategis. Dari keduanya kemudian diturunkan tujuan dan perencanaan taktis, yang kemudian diturunkan tujuan dan rencana operasional. Ada 2 jenis rencana operasional, yaitu *standing* dan *single use plan*. *Single use plan* ditujukan untuk kegiatan yang tidak berulang, sedangkan rencana *standing* ditujukan untuk kegiatan yang berulang-ulang. Perencanaan situasional

²¹ Mamduh Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013), hlm.3.

merupakan perencanaan yang bermanfaat dalam situasi ketidakpastian. Dalam rencana tersebut, jika ada kejadian situasional maka rencana alternatif yang akan dikerjakan. Perencanaan diperlukan untuk mengarahkan kegiatan organisasi.

- 1) Rencana ditetapkan untuk organisasi secara keseluruhan.
 - 2) Rencana yang lebih detail, untuk masing-masing bagian atau divisi ditetapkan.
- b. Pengorganisasian: Merupakan kegiatan mengkoordinir sumberdaya, tugas, otoritas diantara anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan cara efektif dan efisien. Komponen struktur organisasi mencakup wewenang, departementalisasi, hubungan pelaporan, dan desain kerja. Wewenang merupakan kekuasaan legitimasi yang dipunyai oleh manajer. Ada dua pandangan terhadap wewenang, yaitu pandangan klasik dan penerimaan. Pandangan klasik mengatakan bahwa wewenang turun dari atas secara hirarkis turun ke bawah. Menurut pandangan penerimaan, wewenang terjadi karena bawahan bersedia menerima perintah. Dalam organisasi ada wewenang lini dan staf. Wewenang lini yaitu manajer yang mengambil keputusan untuk tujuan organisasi secara langsung. Wewenang staf yaitu orang yang memberi nasehat kepada manajer lini.

Departementalisasi merupakan pengelompokkan kerja. Ada beberapa jenis departementalisasi, yaitu produk, fungsional, wilayah, dan lainnya. Departementalisasi ditujukan agar organisasi lebih efektif dalam pencapaian

tujuan. Desain kerja menetapkan tanggung jawab kerja seorang individu. Ada 4 pendekatan desain kerja: mekanis/spesialis, motivasional, biologi, dan *perceptual/motor*. Pendekatan mekanis bertujuan meningkatkan efisiensi kerja dengan memecah pekerjaan ke dalam unit yang lebih kecil. Unit yang kecil tersebut membuat pekerjaan mudah dipelajari dan mudah dilakukan secara berulang. Pendekatan motivasional mencoba menghilangkan sisi negatif pendekatan klasik yang tidak memperhatikan kepuasan kerja. Model ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja. Beberapa cara untuk meningkatkan motivasi yaitu *job enlargement*, *job enrichment*, dan *flextime*. Pendekatan biologi dan *perceptual* mencoba mendesain kerja dengan memperhitungkan keterbatasan fisik atau mental manusia.

- c. Penggerakan: Adalah sebuah langkah bagaimana orang-orang bekerja untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer perlu mengarahkan orang-orang tersebut. Lebih spesifik lagi meliputi kegiatan pengarahan, mempengaruhi orang lain, memotivasi orang tersebut untuk bekerja. Penggerakan biasanya dikatakan sebagai kegiatan manajemen yang paling menantang dan paling penting karena langsung berhadapan dengan manusia. Memahami motivasi yakni faktor yang membuat seseorang berbuat sesuatu, merupakan hal yang penting bagi manajer, karena manajer mencapai tujuan organisasi melalui orang lain. Ada 3 pendekatan terhadap motivasi yaitu pendekatan klasik, *human relation*, dan manajemen sumberdaya manusia. Pendekatan klasik menekankan pentingnya uang, pendekatan *human relation* menekankan

pentingnya kontak sosial, dan pendekatan manajemen sumberdaya manusia menekankan pentingnya pekerjaan itu sendiri, sebagai sumber motivasi.

- d. Pengendalian: Pengendalian manajemen adalah usaha sistematis untuk menetapkan standar prestasi tertentu dengan perencanaan, mendesain sistem umpan balik informasi, membandingkan prestasi yang sesungguhnya dengan standar prestasi, menentukan apakah terjadi penyimpangan dan mengukur apakah penyimpangan tersebut berarti, dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk memastikan bahwa semua sumberdaya perusahaan digunakan dengan cara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer harus selalu selalu memonitor kemajuan organisasi.

- 1) Menentukan standar prestasi.
- 2) Mengukur prestasi yang telah dicapai.
- 3) Membandingkan prestasi yang telah dicapai dengan standar prestasi yang ditetapkan.
- 4) Melakukan perbaikan jika ada penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditentukan, dan kemudian kembali lagi ke perencanaan untuk periode berikutnya.

2. Tinjauan tentang Multi Level Marketing (MLM) Syariah

a. Pengertian Multi Level Marketing Syariah

Multi Level Marketing atau MLM disebut juga *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing*, dan *Uni Level Marketing*. Namun dari semua istilah tersebut yang paling populer adalah *Multi Level Marketing*. MLM

adalah sebuah sistem jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.²²

Sedangkan pengertian MLM dalam perspektif Islam adalah salah satu jenis akad jual beli (*al ba'i*) bisa dikatakan sistem penjualan langsung atau pemasaran berjaring untuk memasarkan produk langsung secara mandiri. Selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba'*, *gharar*, *dzulm* dan *maisir* maka hukumnya adalah *mubah*. Sebaliknya, bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM seperti *money game* yang di dalamnya terdapat unsur *gharar*, *maisir* dan *dzulm* maka hukumnya haram.²³

Adapun komponen pemasaran yang diterapkan oleh setiap perusahaan, komponen 4P (*product, price, promotion, place*) dalam pemasaran²⁴:

- 1) Produk: Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya, produk yang dijual belikan maupun kualitas produk harus

²² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cetakan ke III (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.613.

²³ Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi* (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng, hlm.54.

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Hendra Teguh, dkk. (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm.96.

diperhatikan. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

- 2) Harga: Harga merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat. Komponen untuk menentukan sebuah harga produk yaitu harga terdaftar, potongan harga, periode pembayaran, syarat kredit.
- 3) Promosi: Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Promosi merupakan upaya untuk meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.
- 4) Tempat: Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa, pemberi jasa mendatangi konsumen, dan pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung.

H. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, yakni kegiatan penelitian di lingkungan tertentu untuk mengadakan pengamatan dan memperoleh data. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²⁵

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian identik dengan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau dari hasil penelitian lapangan.²⁶ Subjek dari penelitian ini adalah PT Herba Penawar Alwahida *International Center Sleman* Yogyakarta.
- b. Objek penelitian identik dengan data sekunder.²⁷ Yang menjadi titik fokus penelitian adalah fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode pertama yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah metode observasi. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.

²⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.8.

²⁶ *Ibid.*, hlm.13.

²⁷ *Ibid.*, hlm.13.

Data dapat dikumpulkan melalui obeservasi. Ada 3 macam observasi, yakni observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar, dan observasi tak berstruktur.²⁸ Dalam hal ini, peneliti akan memperhatikan dan mengamati kondisi lingkungan di PT HPAIC dengan berbagai peristiwa yang berkaitan dengan fungsi manajemen pada MLM Syariah.

b. Wawancara

Metode ini digunakan untuk menggali informasi lebih dalam lagi. Jenis interview yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dengan menggunakan wawancara terstruktur, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara dengan pertanyaan yang sama sebagai pengumpul data.²⁹ Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai 3 narasumber yaitu Manajer HPAIC, karyawan HPAIC, anggota MLM Syariah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Metode dokumentasi merupakan studi dokumen yang berupa data-data tertulis yang mengandung

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.226.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 233.

keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.³⁰ Dalam hal ini peneliti dapat mencari data berupa catatan buku, jurnal, bulletin, majalah, artikel, foto-foto, dan dokumentasi lainnya terkait fungsi manajemen MLM Syariah di PT HPAIC.

4. Analisis Data

Tahapan dalam analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut³¹ :

a. Koleksi data

Koleksi data adalah pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis dan mengolah data tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan studi kepustakaan yang dapat mendukung penelitian ini.

b. Reduksi Data

Pada tahap reduksi, data dan informasi diolah untuk menelaah keseluruhan data dari catatan lapangan. Telaah ini dilakukan untuk menemukan hal-hal pokok atau penting dari obyek yang diteliti, mereduksi data berarti merangkum hal-hal penting dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang

³⁰ *Ibid.*, hlm. 240.

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.337-338.

lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan selanjutnya.

c. Penyajian Data

Pada tahap *display* dilakukan kegiatan penyajian data secara sistematis, terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan lebih mudah dipahami, penyajian data dalam bentuk teks dan bersifat naratif. Maka berdasarkan kesimpulan inilah data tersebut akan diberi makna yang relevan dengan penelitian.

d. Verifikasi

Pada tahap verifikasi dilakukan penarikan kesimpulan dari data yang telah diperoleh dari pra survei, catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, dan temuan baru ini bersifat deskriptif atau suatu gambaran objek yang dipaparkan secara terperinci.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini akan menggunakan uji kredibilitas data yakni triangulasi. Triangulasi dalam pegujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

Jenis Triangulasi terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.³² Peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber. Data yang berasal dari sumber tersebut, di deskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, mana pandangan yang berbeda, dan mana yang spesifik dari ketiga sumber tersebut. Data yang telah dianalisis peneliti menghasilkan kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber tersebut.³³

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh observasi, wawancara, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda-beda.³⁴

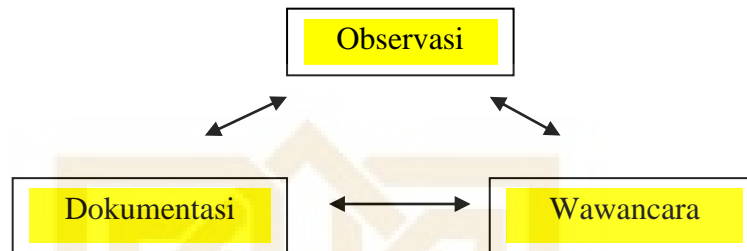
³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.270.

³³ *Ibid.*, hlm 274.

³⁴ *Ibid.*, hlm.275.

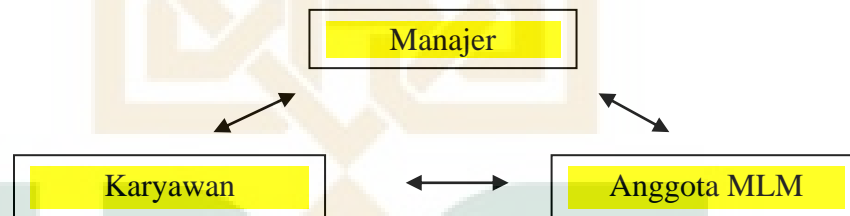
Gambar 1.1

Triangulasi Pengumpulan Data



Gambar 1.2

Triangulasi Sumber Pengumpulan Data



I. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, adalah pendahuluan yang berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, adalah gambaran umum, berisi tentang letak geografis PT HPAIC, sejarah berdiri dan perkembangan, visi dan misi, struktur kepengurusan, data-data yang terkait dengan penelitian.

Bab III, adalah pembahasan, berisi tentang implementasi fungsi manajemen pada MLM Syariah di HPAIC.

Bab IV, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. Pada proposal ini akan diakhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB II

GAMBARAN UMUM TENTANG PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA *INTERNATIONAL CENTER* SLEMAN YOGYAKARTA

A. Letak Geografis PT HPAIC

Herba Penawar Alwahida *International Center* (HPAIC) terletak di Sidosari, Becici, Wono Kerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak HPAIC berbatasan dengan unit-unit usaha dari HPAIC itu sendiri.³⁵

Secara geografis, batas-batas wilayah HPAIC adalah sebagai berikut:³⁶

1. Sebelah Selatan berbatasan dengan jalan raya Turi.
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Radix *Fried Chicken* HPAIC Merapi.
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Pondok Pesantren HPAIC.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Rumah Bakso Pak Haji dan Stokis HPAIC.

Letak geografis HPAIC cukup strategis. Lokasi HPAIC meskipun masuk ke dalam wilayah pedesaan, namun mudah dijangkau dengan transportasi umum, berada di tepi jalan raya dan dekat dengan unit-unit usaha dari HPAIC itu sendiri. Suasana tanaman-tanaman hijau yang asri dan bersih dalam lingkungan HPAIC

³⁵ <https://hpa.international.id>

³⁶ Hasil observasi, 20 Januari 2020, 09.00 WIB.

dan kondisi bangunan yang sangat baik menjadikan tempat yang nyaman untuk menjalankan kegiatan sehari-hari.³⁷

B. Sejarah Berdiri dan Perkembangan PT HPAIC

Secara historis sistem *Multi Level Marketing* (MLM) di mulai sejak berdirinya *Nutrilite*, sebuah perusahaan makanan tambahan di California, Amerika Serikat pada tahun 1930-an, yang menerapkan sistem bonus sebesar 2% kepada setiap penjual yang berhasil merekrut penjual baru. Bonus 2% tersebut dihitung berdasarkan nilai penjualan para penjual langsung yang direkrut oleh penjual sebelumnya.³⁸ Untuk mengantisipasi *trend* globalisasi dan informasi yang terkadang membawa dampak negatif terhadap umat Islam, dan sebagai upaya menghadapi tantangan era globalisasi dalam era perdagangan bebas, produksi asing yang semakin bebas memasuki wilayah umat Islam. Dengan latar belakang itulah Tuan Haji Ismail mendirikan Herbal Penawar Alwahida (HPA), yang saat ini kantor HPA sudah ada di Yogyakarta dengan nama HPAIC (Herba Penawar Alwahida *International Center*).

HPAIC Yogyakarta adalah perusahaan yang didirikan oleh Tuan Haji Ismail bin Haji Ahmad yang berasal dari kampung Mata Ayer, Perlis, Malaysia pada bulan September 1987. Obat-obatan herbal itu sendiri bermula dari resep jamu

³⁷ Hasil observasi, 20 Januari 2020, 09.00 WIB.

³⁸ Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm.14.

tradisional warisan orang tuanya yang terus dikembangkan. Konsisten keahliannya yang diperoleh Tuan Haji Ismail sebagai lulusan fakultas pertanian sebuah universitas di Malaysia, membuat usaha itu terus berkembang. Awalnya menggunakan nama *Perubatan Tradisional Alwahida*. Dalam waktu 8 tahun, perusahaan kecil ini berkembang pesat dan berganti nama menjadi HPA (Herba Penawar Alwahida) pada tanggal 15 Juli 1995.³⁹

HPA merupakan perusahaan yang memiliki standar GMP (*Good Manufacturing Practice*) semenjak tahun 1997. Dimana dengan standar ini, dipastikan produk-produk kesehatan yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kesehatan yang telah ditetapkan WHO (*World Health Organization*) di PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa).⁴⁰ HPA memiliki misi besar, yakni menjadi penggerak terciptanya perekonomian dan potensi umat Islam, serta memberikan kemslahatan bagi masyarakat luas. HPA juga berupaya menumbuhkan insan yang professional dengan memanfaatkan teknologi serta bertakwa pada Allah. Karena itulah sistem pemasaran berjenjang dengan kontrol Syariah (MLM Syariah) dipilih oleh HPA. Jajaran manajemen dan seluruh distributor HPA memiliki komitmen menghasilkan dan memasarkan produk yang halal, suci, dan baik (*thayyib*).

³⁹ <https://hpainternational.id>

⁴⁰ *Ibid.*,

HPA berasaskan konsep herbalis, yaitu menjadikan obat sebagai makanan dan makanan sebagai obat, perusahaan industri ini optimis akan diterima oleh segenap lapisan masyarakat. Semenjak menggunakan Sistem Pemasaran MLM pada tahun 1997, HPA masuk ke Indonesia pada Juni 2000 dengan mitra utamanya PT Wahida Indonesia. Secara singkat, perkembangan HPA di Indonesia mengalami masa pasang surut. HPA di Indonesia sempat berjaya pada tahun 2000 - 2009, kemudian surut kembali hingga 2012. Pada Maret 2008, produk unggulan dari HPA yaitu Kopi Radix masuk di Indonesia, mendapat respon positif dari masyarakat sehingga semangat distributor HPA makin tinggi untuk berwirausaha. Mulai 2012 dibentuk PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) yang kemudian berkembang pesat. Namun, pada tahun 2016, PT HPAI memisahkan diri dari HPA dan mengganti namanya menjadi HNI (*Halal Network International*).⁴¹

Karena pemisahan tersebut, HPA kemudian memulai bisnisnya kembali di Indonesia. Pada tahun 2017, HPA mulai melakukan ekspansi di Indonesia dengan membangun *HPA International Center*, di Turi, Sleman, Yogyakarta. Di kawasan tersebut, HPA membangun berbagai perkebunan dan pabrik herba, peternakan dan pusat pelatihan dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Tahun 2018, telah berdiri Kantor HPAIC dan Masjid HPAIC yang sangat megah di lokasi tersebut.

⁴¹ *Ibid.*,

C. Visi Misi HPAIC

Setiap perusahaan yang berdiri tentu memiliki visi dan misi, berikut ini merupakan visi dan misi dari HPAIC:⁴²

1. Visi:
 - a. HPA berkomitmen mewujudkan rangkaian produk herba sebagai satu kaedah rawatan yang berkesan.
 - b. HPA berkomitmen membentuk usahawan yang dinamik, progresif dan berwibawa.
2. Misi:
 - a. HPA memberi keutamaan rangkaian produk-produk herbanya dan juga program penyelidikan yang berupaya meningkatkan lagi mutu keluaran yang berkesan dan dapat membantu melegakan jenis-jenis penyakit yang dialami.
 - b. HPA memberi kemudahan bagi usahawan untuk terus mengembangkan pengetahuan dan memantapkan lagi perniagaan ke arah kejayaan diri, keluarga dan masyarakat.

D. Produk-Produk HPAIC

Berikut ini adalah produk-produk HPA yang telah di edarkan pada masyarakat, di Malaysia maupun di Indonesia tahun 2019:⁴³

⁴² *Ibid.*,

⁴³ *Ibid.*,

Tabel 2.1
Produk-produk HPAIC Tahun 2019

1. Produk Herba

Herba Heksagonal (8 Jenis produk)	Ain Drop 2, HGH II The Art of Beauty and Healing, IM-S untuk Rawatan Amandel atau Tonsilitis (Sakit pada Tonsil), K4 Water - Herba Khusus Kanker, Tumor dan Kista, Time Limit Drop (TLD), Wave Perubatan Peradaban Islam
Herba Kapsul dan Softgel (22 jenis produk)	Antirac, Baiduri Pak Haji, D'Det, Deep C, Embun Pagi, G Sea Cucumber, Habba Pro Pak Haji, IQ Minda, Kapsul Bawang Lanang, Kapsul Keladi Tikus, Kapsul Mengkudu Pak Haji, Kapsul Probumin, Kelor Moringa, Manggiscap Pak Haji, Natura Omega Squa, Plant HC 99, Salmon Softgell, Sari Kutuk, Sauda Softgel Pak Haji, Shark Cartilage, Spirulina Pak Haji, Zaytun Softgell.
Herba Minyak (8 jenis produk)	Minyak Herba MPH, Minyak OTS (Otot, Tulang, Syaraf) HPA, Minyak Telon Pak Haji, Testimoni, Minyak Telon Ruqyah Pak Haji, Minyak Zaitun HPA, Obat Sakit Gigi (OSG), Radix Propolis.
Herba Paten HPA	Antirac, Ardisia, Coscinimum Plus, Deep C, Ficus,

(25 jenis produk)	Fisalin B, Gamat Emas, Herba Tuju Angin (HTA), Kapsul Bajakah, Kapsul HB, Kapsul IMT (Imuniti), Kapsul Roselle, Kapsul SJ 2Keputihan, Malac, No Cancer Lagi, Paramaria, Pelawas, Plantisol, RADIX Kapsul, Senggugut, Set Colon Cleansing, Sireh Plus, Spirulina, Stoma K, Vitex.
-------------------	--

2. Produk Perlengkapan Rumah Tangga

<p>Kebutuhan Rumah Tangga (3 jenis produk)</p>
<p>Freesia Detergent, PH Fertilizer - Pupuk Organik Cair (POC) Multiguna, Sikat Gigi / Berus Gigi HPA.</p>

3. Produk Kebutuhan Pangan

<p>Madu (13 jenis produk)</p>	<p>Madhulika Pak Haji, Madu Anti Rokok, Madu Arab HPA, Madu Hitam Pahit Plus Pak Haji, Madu Itama Pak Haji, Madu Kopi Pak Haji, Madu Osteo Pak Haji, Madu Sidr HPA, Madu VIP Vital Honey Pak Haji, Pure Honey Bandung, Royal Enzyme Pak Haji, Spiru Madu Kids.</p>
-----------------------------------	--

Makanan (5 jenis produk)	Black Salt Powder, Gula Aren Organik Pak Haji, Kaldu Jamur Pak Haji, Permen RADIX, RADIX Cereal.
Minuman (14 jenis produk)	Black RADIX, Dhydra, Kopi Gayo Pak Haji, Kopi RADIXKU, Penumpas Asam Urat, RADIX Diet, RADIX Goat, Radix Jumbo 32, Sirup Pala, Slim Lemon, Super Food Slim Lemon, Susu Kambing NASUKA, V-Radix Fenomena, ZingerrA.

4. Produk Perawatan

Perawatan Tubuh (21 jenis produk)
Beauty Top Spray, Bedak Nur, Cream Mazkulin, De Centella Sabun Herbal, De Centella Day Cream, De Centella Facial Wash, De Centella Peel of Mask, Hurin In Beauty Breast, Hurin In Day Cream, Hurin In Night Cream, Hurin In Shampoo Anti Ketombe, Kasturi Perfume, Mud Mask At-thiin, Pasta Gigi RADIX, Platinum Maskulin Eau de Perfume For Men, Red Cherry Blossom Eau de Perfume for Women, Sabun Chocho Pak Haji, Sabun Pembersih Alami Pak Haji, Sabun Wajah Sari Gambir Hurin In, Sabun White Tea FUZTA, Serum Nano Vitamin C.

HPAIC bukan hanya memproduksi dan memasarkan produk-produk herba, tetapi juga memiliki Pondok Pesantren HPAIC dan unit-unit usaha yang lain seperti *home industry* tempe, minyak kelapa, bakso, *fried chicken* dengan kepastian halal karena semua diolah sendiri.

E. Sarana dan Prasarana HPAIC

Sarana dan prasarana merupakan 2 hal penunjang yang digunakan oleh perusahaan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Adapun sarana dan prasarana yang ada di HPAIC:⁴⁴

1. Sarana HPAIC

Sarana yang digunakan oleh karyawan untuk keberlangsungan kegiatan sehari-hari HPAIC.

a. Mobil pengantar barang

Mobil pengantar barang ini digunakan untuk mengantarkan produk-produk ke agen-agen HPA yang ada di Yogyakarta ataupun luar Yogyakarta yang telah memesan produk di HPAIC dalam jumlah banyak.

b. Komputer

Ruang kerja HPAIC terdapat 3 buah komputer, dimana komputer ini digunakan untuk menyelesaikan laporan pekerjaan ataupun sebagai *server* penjualan *online* yang telah dihubungkan oleh sistem antara konsumen dengan HPAIC.

⁴⁴ Hasil Observasi, 2 Maret 2020, 09.00 WIB

2. Prasarana HPAIC

Prasarana sebagai penunjang ataupun fasilitas untuk kegiatan sehari-sehari di HPAIC, yakni sebagai berikut:

a. Kantor HPAIC

Kantor HPAIC adalah tempat dimana karyawan HPAIC melakukan tugas-tugasnya. Kantor HPAIC ini juga dijadikan tempat pelayanan Yayasan Pak Haji yaitu Pondok Pesantren HPAIC apabila ada kerabat dari santri yang datang dan tempat mengurus segala administrasi HPAIC.

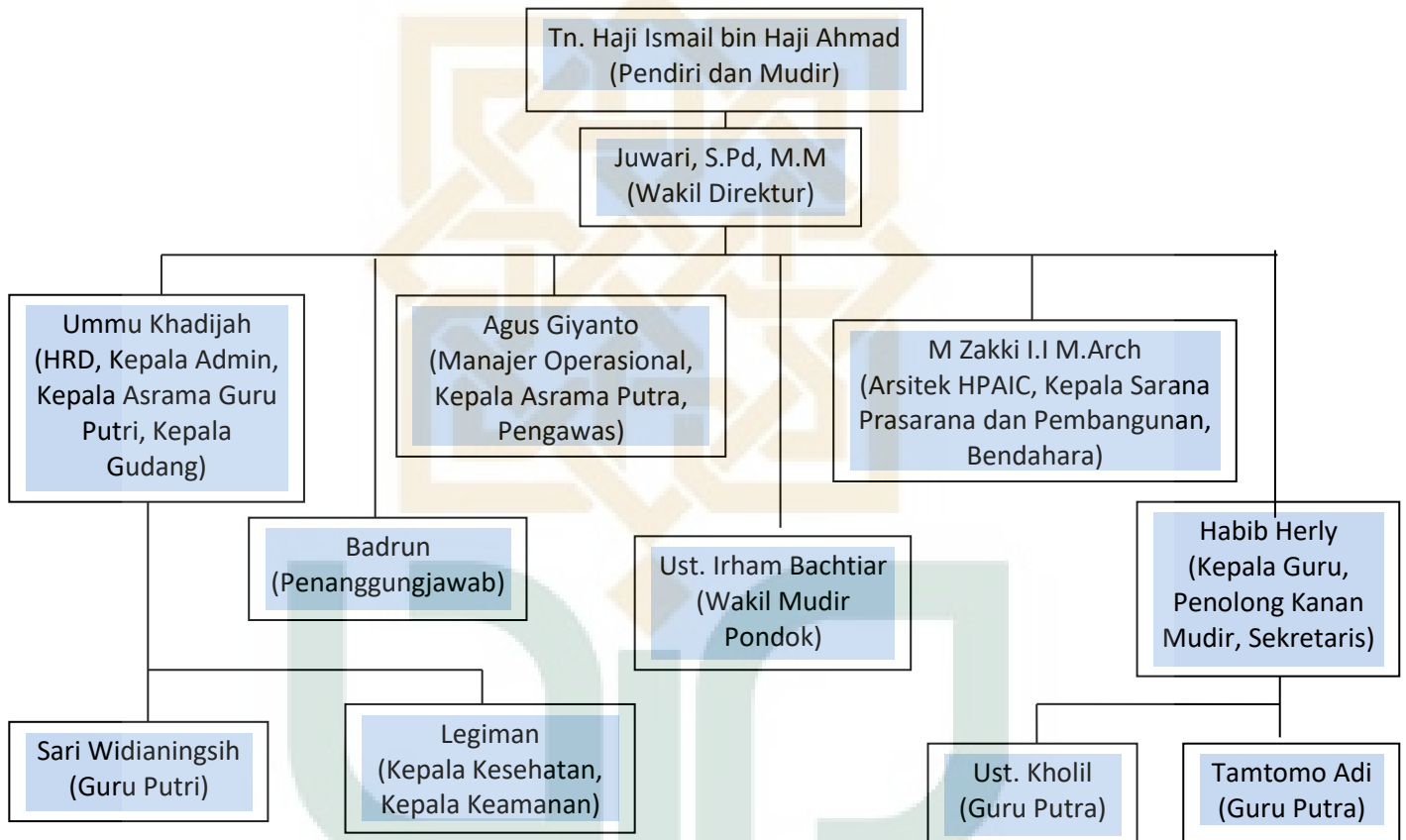
b. Masjid HPAIC

Masjid HPAIC ini belum lama berdiri, bangunannya cukup megah, terdapat selasar masjid yang cukup luas, tempat wudhu putra dan putrid. Masjid ini digunakan sebagai tempat ibadah untuk umum. Karyawan HPAIC juga melaksanakan salat wajib dan fardhu di masjid ini.

F. Struktur Kepengurusan HPAIC

Berikut ini adalah struktur kepengurusan secara keseluruhan di HPAIC pada tahun 2019:⁴⁵

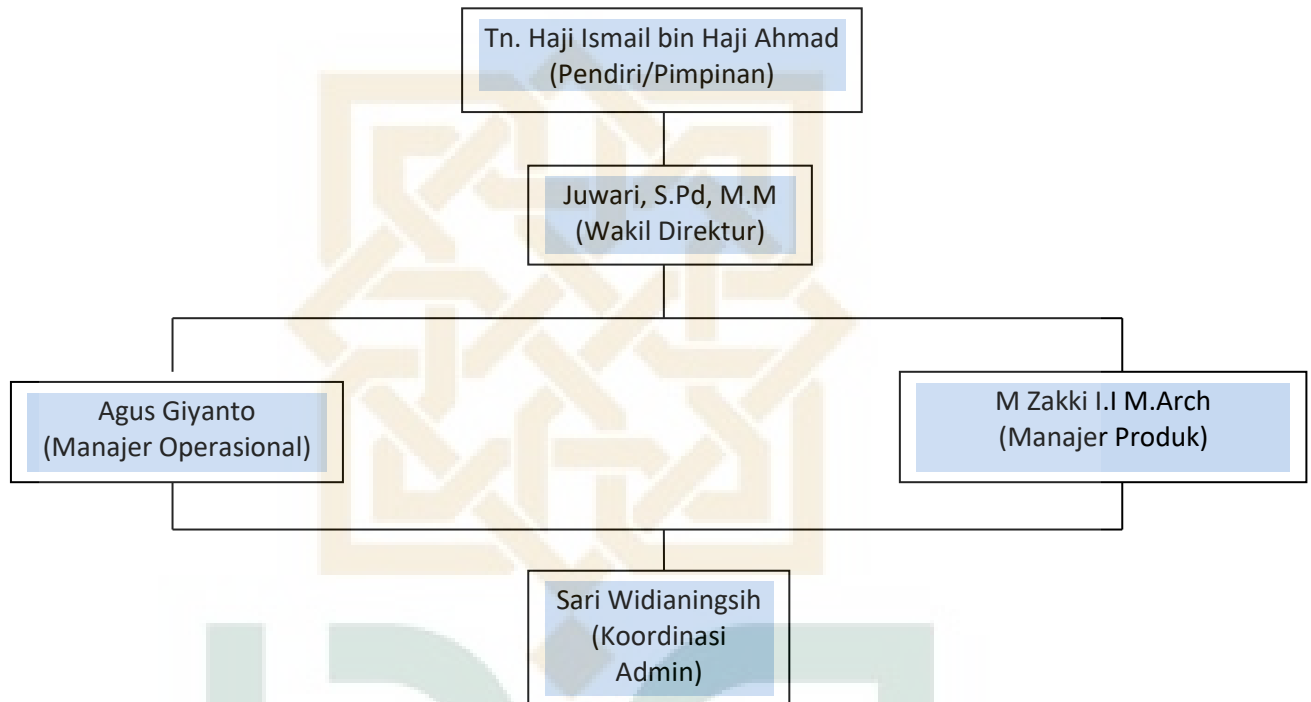
Gambar 2.1
Struktur Organisasi Yayasan Pak Haji HPAIC



⁴⁵ Hasil dokumentasi gambar yang ada di kantor HPAIC, 16 Maret 2020, 11.38 WIB.

Adapun struktur organisasi HPAIC tersendiri dalam mengelola produk MLM Syariah beserta tugas masing-masing dari jabatannya, yakni sebagai berikut:⁴⁶

Gambar 2.2
Struktur Organisasi Karyawan MLM Syariah HPAIC



Tugas dan tanggungjawab dari setiap jabatan pada bagan tersebut yaitu:⁴⁷

1. Pendiri/ Pimpinan: Fungsi dari pimpinan atau disebut juga dengan Direktur Utama adalah merencanakan, mengendalikan, dan mengkoordinasi pelaksanaan kegiatan. Memiliki tugas dan tanggungjawab di perusahaan, yaitu

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional) di kantor HPAIC, 2 Maret 2020, 10.08 WIB.

⁴⁷ Mamduh Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013), hlm.6.

merekrut dan memberdayakan anggota tim, mengkoordinasikan anggota tim sebagai keterkaitan fungsional serta semangat yang kuat untuk memimpin unit-unit bawahannya, merancang dan mengkomunikasikan visi misi perusahaan, menentukan strategi bisnis perusahaan, merancang dan mengatur keputusan untuk perusahaan.

2. Wakil Direktur : Wakil direktur adalah orang yang bertanggungjawab pada Direktur Utama. Tugas dari seorang Wakil Direktur yaitu memimpin direktorat dibawahnya, pengembangan, pelaksanaan dan pengendalian untuk meningkatkan kinerja perusahaan, memantau dan menyatukan pengembangan produk.
3. Manajer Operasional : Tugas dan tanggung jawab dari seorang manajer yaitu mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaan, mengatur biaya-biaya operasi di perusahaan, mengawasi produksi dan unit-unit usaha yang lain.
4. Koordinasi Admin : Tugas dan tanggung jawab dari seorang Koordinasi Admin yaitu merumuskan sasaran, kebijakan, dan strategi keuangan serta sumber daya manusia untuk pengembangan perusahaan dan anggaran perusahaan tahunan, membina divisi-divisi, menilai hasil kerja setiap unit untuk menetapkan tindak lanjut pembinaan yang diperlukan untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya.

BAB III PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan hanya dibatasi pada fungsi manajemen dengan bauran *marketing mix* di PT Herba Penawar Al Wahida *International Center* Yogyakarta Tahun 2019. Fungsi Manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Sedangkan *marketing mix* terdiri dari *product, promotion, price, place* (produk, promosi, harga, tempat) yang disingkat menjadi 4P. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 Januari 2020 berupa observasi di lingkungan sekitar HPAIC dan mencari data gambaran umum dari HPAIC. Kemudian penelitian dilanjutkan pada tanggal 2 Maret 2020 – 23 April, di kantor HPAIC dengan Manajer Operasional dan Koordinasi Admin, dan *media daring* dengan anggota MLM Syariah karena dampak dari wabah *Covid-19*. Adapun hasil yang diperoleh dari proses analisis data dengan Perencanaan 4P, Pengorganisasian 4P, Penggerakan 4P, dan Pengendalian 4P, adalah sebagai berikut:

A. Perencanaan

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang pertama dan merupakan fungsi yang paling penting. Perencanaan mempunyai manfaat karena dapat meningkatkan koordinasi, mengurangi ketidakpastian, dan dapat digunakan untuk pengendalian. Perencanaan yang diterapkan oleh HPAIC dengan bauran teori *marketing mix* adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan Produk

Produk merupakan hal yang paling utama dalam suatu perusahaan. Untuk membuat produk yang tepat, perusahaan harus mampu menganalisis dan melihat peluang barang atau jasa yang diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya, produk yang dijual belikan maupun kualitas produk harus diperhatikan.

a. Perencanaan Produk HPA *International*

Dari observasi, peneliti menemukan beberapa produk yang ada di kantor HPAIC. Produk-produk itu berupa kopi, minyak zaitun, madu, suplemen, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan produk-produk kesehatan dan perawatan dengan diberi merek “Herba Penawar Alwahida” (HPA).⁴⁸

Terkait produk, peneliti wawancara dengan Pak Agus selaku Manajer Operasional HPAIC, mengatakan:

“Produk yang diperjualbelikan itu ya..e.. semacam itu mbak, produk-produk herbal, semua produknya herbal. Karena yang utama produknya HPA *International* itu herbal. Nah untuk sekarang produk unggulan dari kita ini ya kopi. Kopi Radix. Terus POC, POC itu pupuk organik cair, itu ada 4 jenisnya. Yang pertama ada poc *fertilizer*, poc antivirus, terus poc antihama, poc pemanis.”⁴⁹

Peneliti juga wawancara Bu Sari selaku Koordinasi Admin HPAIC, beliau mengatakan:

⁴⁸ Observasi, tanggal 10 Januari 2020, pukul 09.00 WIB, di kantor HPAIC.

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.12 WIB di kantor HPAIC.

“Iya yang pasti produk herbal ya. Untuk saat ini kita masih fokus ya dengan gempur POC Radixku. Apalagi sekarang dengan meluasnya virus corona berarti produk kopi Radix tetap menjadi andalan yah.”⁵⁰

Dari observasi dan wawancara tersebut, dapat disimpulkan produk yang diperjual belikan HPAIC yakni berupa produk-produk herba dalam bentuk obat-obatan dan perawatan dengan produk unggulannya Kopi Radix.

b. Perencanaan Tujuan dari Penjualan Produk

Sebuah perencanaan dari perusahaan harus memiliki tujuan dari perusahaan tersebut. Perencanaan *standing* ditujukan untuk kegiatan yang berulang-ulang. HPAIC menjual produk herba dengan sistem MLM Syariah, tentu memiliki tujuan tersendiri.

Peneliti wawancara pada Pak Agus, beliau mengatakan:

“Tujuannya yang pertama untuk mengangkat perekonomian umat Islam. Nah yang kedua, hasil penjualan itu ya untuk kemajuan masjid dan pondok pesantren. Ada asrama juga yang lagi kita bangun. Jadi semua pembangunan itu ya hasil dari penjualan produk-produk kita ini. Bisa dikatakan keuntungannya itu ya untuk, apa namanya, untuk sosial begitu.”⁵¹

Penjualan dari produk-produk herba tersebut membuahkan hasil dengan dibangunnya Pondok Pesantren HPAIC dan Masjid HPAIC. Dari MLM Syariah lah, digunakan untuk pembangunan sosial. Peneliti juga bertanya hal yang sama pada Bu Sari, tujuan dari HPAIC menjual produk-produk herba

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 13.56 WIB di kantor HPAIC

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.14 WIB di kantor HPAIC.

dengan sistem MLM Syariah adalah untuk perekonomian umat muslim, beliau mengatakan:

“Beliau (Pak Haji Ismail, *owner* produk HPA) melihat populasi umat Islam di Indonesia sangat banyak dan akhirnya beliau produknya meluaskan jaringannya ke Indonesia, karena dari visi kami sendiri itu memang untuk meningkatkan perekonomian, terutama umat muslim ya.”⁵²

Setiap perusahaan memiliki target dalam jangka pendek. Kemudian peneliti juga wawancara pada Pak Agus, target di tahun 2019 dari HPAIC, beliau mengatakan:

“Target penjualannya itu memang belum menyentuh angka untuk tercapainya. Ya mungkin 2020 nanti ini semoga bisa tercapai penjualan produk-produknya.”⁵³

Adanya target pendapatan di tahun 2019 yang belum tercapai, peneliti juga wawancara Bu Sari terkait target MLM Syariah di HPAIC 2019, beliau mengatakan:

“..k ita masih tetap usaha di tahun 2019 untuk target kita. Bismillah saja tahun 2020 ini target penjualan tercapai dengan 30 milyar.”⁵⁴

Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan perencanaan tujuan dari HPAIC menjual produk-produk herba dengan sistem MLM Syariah yaitu:

⁵² Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 10 Januari 2020 pukul 10.00 WIB di kantor HPAIC.

⁵³ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.18 WIB di kantor HPAIC.

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 10 Januari 2020 pukul 10.14 WIB di kantor HPAIC.

- 1) Untuk meningkatkan perekonomian umat muslim.
- 2) Keuntungan penjualan produk untuk kepentingan sosial. Seperti membangun dan mengoperasikan masjid HPAIC, membangun dan mengoperasikan Pondok Pesantren HPAIC.
- 3) Target di tahun 2019 adalah pendapatan mencapai 30 milyar (tujuan jangka pendek).

2. Perencanaan Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Untuk perencanaan harga produk HPA telah ditentukan dan ditetapkan oleh Pimpinan. Sebagaimana dikatakan oleh Pak Agus, bahwa semua yang berhubungan dengan HPAIC keputusannya ditetapkan oleh Pak Haji Ismail selaku pemilik perusahaan termasuk terkait produknya. Pak Agus mengatakan:

“Ya, betul. Semuanya (terkait produk dan keputusan). Jadi memang setiap hari kita ada laporan atau terima arahan beliau yang pimpin.”⁵⁵

Pimpinan HPAIC sebagai pengatur segala aspek perusahaan. Semua harga yang terdaftar pada produk HPA, merupakan harga yang telah ditetapkan oleh Pimpinan. Bukan harga saja yang penting, namun kualitas juga sangat penting pada sebuah produk. Konsumen selalu mencari produk yang terbaik untuk dirinya. Terkait harga dengan kualitas produk, Pak Agus mengatakan:

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.23 WIB di kantor HPAIC.

“Ya kalo itu sih ya kita tau ya, ada harga ada kualitas produk. Yang pasti produk kami itu herba, tidak gunakan pengawet apalagi untuk makanan obat-obatan. Jadi saya rasa dengan harga-harga yang terdaftar, jika dirasa dengan manfaatnya itu memang tidak seberapa. Karena ya memang produk kita perawatan, kesehatan, itu manfaatnya luar biasa. Jadi ya standar lah untuk harga.”⁵⁶

Peneliti juga menanyakan hal yang sama terkait harga dengan kualitas produk pada anggota MLM Syariah yang sejalan dengan Pak Agus, dimana harga produk sudah ditentukan dan harga produk standar namun kualitas produk baik. Mas Dodi mengatakan:

“Kalau untuk harga ya mbak, kita itu langsung dari HPAICnya. Memang sudah ditentukan. Tidak boleh kalau naikin sembarangan dari kita engga. Jadi ya memang apa yang tercantum, itu ya yang dijual harga segitu produk itu. Kita seperti *reseller*, jadi penjualan itu kita tetap untung kok.”⁵⁷

“Kalau harga sih relatif yah. Tapi saya rasa dengan standar GMP. Jadi produk-produk itu sudah GMP, *Good Manufacturing Product*. Jadi standarnya itu dunia, udah di akui. Dengan standar ini, kualitas kan ok, sesuai sama harga. Kalau yang bilang mahal, mungkin belum tau manfaatnya. Sehat dari kita, jaga dari kita. Ya gitu e.. intinya. Pas lah.”⁵⁸

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara di atas yaitu harga produk sudah ditetapkan oleh Pimpinan HPAIC, dengan harga yang standar pada setiap produk yang terdaftar.

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.24 WIB di kantor HPAIC.

⁵⁷ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.21 WIB, melalui via *Whats App*.

⁵⁸ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.23 WIB, melalui via *Whats App*.

3. Perencanaan Promosi

Promosi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi dalam sebuah produk. Apabila promosi produk tersebut menarik, maka konsumen juga tertarik untuk mencoba produk tersebut. Perencanaan promosi harus dilakukan dengan strategi yang matang, karena dengan strategi promosi yang tepat, maka penjualan dapat meningkat.

Pada awal berdirinya HPAIC, Pak Haji Ismail melakukan promosi dengan melalui pengadaan seminar yang melibatkan banyak warga datang. Hal ini menjadi salah satu strategi. Perencanaan strategi promosi yang dilakukan oleh HPAIC, Pak Agus mengatakan:

“Jadi dulu sebelum pondok HPAIC ada, memang hampir setiap sebulan sekali pak Haji mengundang para *member* dan juga calon *member* untuk diberikan seminar. Seminarsnya itu berupa pelatihan bekam, lalu pelatihan pengobatan diabetes. Nah dari situ orang kan nanti banyak yang datang. Nah dari situlah biasanya pak haji itu e.. disaat program itu memberikan daftar harga-harga produk HPA ini, biasanya member-member ya terutama member-member biasanya akan belanja banyak saat program itu.”⁵⁹

Salah satu program dari HPAIC di tahun 2019 adalah Gempur POC Radix. Program ini merupakan sebuah program besar yang diadakan di beberapa kota di Indonesia. Adanya program ini tentu untuk mengenalkan produk dari HPA. Cara promosi program ini sama dengan promosi yang dilakukan rutin setiap bulan, yaitu dengan pengadaan seminar. Terkait perencanaan promosi pada program ini, Pak Agus mengatakan:

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.29 WIB di kantor HPAIC.

“..iya kita itu ada namanya ada program Gempur Radik POC. Ya itu memang untuk keliling seluruh Indonesia itu (pengadaan seminar). Bahkan di Malaysia pun juga.”⁶⁰

Adanya program tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi HPAIC, karena pelaksanaannya di rencanakan di 50 kota hanya dalam waktu 1 bulan. Bu Sari juga mengatakan:

“Kita usaha untuk itu dengan mengadakan project-project, seperti gempur POC Radixku di 50 kota dalam sebulan. Dan tahun ini juga akan diadakan lagi. Karena kita kan labelnya produk halal tanggung jawab bersama, jadi ya harapan kita karyawan, santri, pakai produk dari kita sendiri.”⁶¹

Seminar merupakan strategi promosi andalan di HPAIC, ada juga perencanaan program di tahun 2020 dengan konsep yang sama, yaitu melalui seminar untuk mengenalkan produk. Bu Sari mengatakan:

“Oh iya itu pasti kita sering adakan seminar untuk kenalkan produk. Tapi kita juga ada perencanaan ya, *HPA International goes to campus*”.⁶²

Gempur POC Radix merupakan strategi melalui pengadaan seminar di berbagai kota dengan waktu yang telah ditentukan untuk memperkenalkan

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.32 WIB di kantor HPAIC

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi dmin HPAIC), tanggal 10 Januari 2020 pukul 10.11 WIB di kantor HPAIC

⁶² Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi dmin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.00 WIB di kantor HPAIC

produk pupuk organik yang terdiri dari 4 macam yaitu poc *fertilizer*, poc antivirus, poc antihama, poc pemanis.⁶³

Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis promosi yang diterapkan oleh HPAIC yaitu:

- a. Penjualan produk dan penarikan anggota MLM Syariah melalui seminar-seminar yang di adakan pada suatu tempat, dilakukan satu bulan sekali.
- b. Penjualan produk di fokuskan pada salah satu produk baru dari HPA yaitu pupuk organik melalui program Gempur POC Radix 2019 di 50 kota.

4. Perencanaan Tempat

Adanya PT HPAIC pada tahun 2017, bukanlah tanpa suatu alasan. Setiap pemilik perusahaan memiliki tujuan dalam pendirian perusahaan tersebut. Berdasarkan pencarian di web resmi HPAIC (hpainternational.id), didirikannya HPAIC ini adalah untuk melakukan ekspansi di Indonesia, memperluas jaringan pemasaran maupun fasilitas dengan membangun perkebunan dan pabrik herba dengan memberdayakan masyarakat sekitar.⁶⁴

Hal tersebut sama seperti yang dikatakan oleh Pak Agus terkait penempatan, beliau mengatakan:

“Iya yang pasti peran kita disini membantu Pak Haji ya. Produknya ingin lebih dikenal masyarakat, jadi saya disini dan teman-teman yang lain membantu hal tersebut. Kita sama-sama memajukan produk ini. Termasuk

⁶³ Hasil wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.14 WIB di kantor HPAIC.

⁶⁴ <https://hpa.international.id/tentanghpa/>

unit usahanya, pondoknya. Karena kalo produk ini penyalurannya ter *handle*, kita semua juga bisa merasakannya, untuk kepentingan sosial”⁶⁵

Terkait perencanaan tempat, Bu Sari juga mengatakan:

“Dari kantor ini sebelum ada, he’em (produk HPA sudah masuk ke Indonesia, sebelum PT HPAIC dibangun). Dari kantor ini sebelum ada memang produk sudah masuk ke Indonesia. Dibangunnya kantor ini, ya agar distribusi produknya Tuan Haji tersampaikan ya. Untuk lebih kembangkan hasilnya. Karena Tuan Haji kan punya cita-cita yah.”⁶⁶

Dari wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan terkait perencanaan tempat untuk jual beli produk, yaitu PT HPAIC berperan sebagai distributor produk-produk dari HPA disertai dengan perluasan ekspansi yang ada di HPAIC.

B. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan kegiatan mengkoordinir sumberdaya. Pada Bab II, telah diuraikan jabatan beserta tugas masing-masing di HPAIC pada MLM Syariah. Pembagian tugas merupakan pengelompokkan kerja sesuai di bidangnya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pada Bab II Struktur Organisasi HPAIC terpecah menjadi 2 bagian yakni Struktur Organisasi HPAIC secara keseluruhan pada Yayasan Pak Haji HPAIC dan Struktur Organisasi HPAIC yang berfokus pada penjualan produk MLM Syariah. Peneliti mencoba mencari tahu dalam hal ini.

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.31 WIB di kantor HPAIC.

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi dmin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.06 WIB di kantor HPAIC

Informasi melalui wawancara telah diperoleh pada bagan tersebut, yaitu adanya perpindahan jabatan maupun jabatan bersifat ganda dalam 2 bentuk organisasi yang berbeda, yaitu HPAIC (MLM Syariah) dan Pondok Pesantrennya (yang merupakan bentuk yayasan HPAIC), meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa Pondok Pesantren HPAIC adalah bentuk yayasan yang ada atas penjualan produk HPA yang dikelola oleh HPAIC.⁶⁷

Adanya jabatan ganda ini disebabkan karena kurangnya SDM di HPAIC. Hal ini dikatakan oleh Pak Agus, beliau mengatakan:

“Kemudian ada lagi itu Bu Sari sebagai admin, ya sebagai HRD (*Human Resources Development*), juga. Jadi disini ya katakanlah masih terbatas. Tidak bisa dikatakan, saya hanya operasional, itu tidak. Jadi disini memang ya katakanlah seorang admin pun kalau ada lagi membutuhkan pekerjaan yang tidak menyangkut dengan admin itu pun akan ikut membantu. Ya jadi, semuanya enggak terfokus dengan satu tugas saja.”⁶⁸

“..saya kan juga mengawasi, mengoperasionalkan unit-unit usaha dari HPAIC ya, ya seperti unit *Radix fried chicken*, ya intinya unit-unit usaha HPAIC saya yang pantau awasi juga.”⁶⁹

“Kalau produksi produk ini (*packaging*) MLM ini Pak Zaki yang mengatur, beliau selaku manajer disana (PT Merapi: Pabrik produk HPA). Beliau juga kadang mengatur staf disini.”⁷⁰

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.37 WIB di kantor HPAIC.

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.43 WIB di kantor HPAIC.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.44 WIB di kantor HPAIC.

⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.46 WIB di kantor HPAIC.

Pengorganisasian dengan jabatan ganda juga dikatakan oleh Bu Sari, beliau mengatakan:

“.. karena SDM kita sebetulnya masih kurang yah. Jadi memang disamping saya merekap semua laporan dari Admin. Pondok Pesantren, kemudian e.. Penjualan produk ini, pembimbing juga, HRD. Kita juga punya tim ya, Pak Zaki. Beliau juga bukan hanya mengatur produk HPA saja, beliau arsitek disini juga. Bahkan ya kadang kesini, mengurus staf. Jadi intinya selagi kita bisa ngerjain, ya kerjain. Karena kita kerja kan juga untuk Allah ya.”⁷¹

Kesimpulan terkait pengorganisasian pada pembagian tugas karyawan yakni sebagai berikut:

1. Manajer Operasional juga berperan sebagai Manajer Unit Usaha milik HPAIC, Manajer Produk HPA juga berperan sebagai Pengawas Staf dan Arsitek HPAIC, Koordinator Admin juga berperan sebagai HRD (*Human Resource Development*).
2. Setiap jabatan berperan ganda dalam melakukan suatu tugas dan kegiatan disebabkan karena kurangnya SDM di HPAIC.

Sedangkan semua keputusan ataupun kegiatan lingkup MLM Syariah dikoordinir oleh Pimpinan HPAIC. Hal ini dikatakan oleh Pak Agus selaku Manajer Operasional HPAIC, beliau mengatakan:

“Jadi memang pengorganisasian disini itu ya dari beliau, hari ini program apa, kegiatan apa, bulan ini program apa, keputusan kita mau *launching* produk baru itu semua dari beliau yang koordinir, kita tinggal jalankan saja.”⁷²

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.12 WIB di kantor HPAIC

⁷² Wawancara dengan dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.47 WIB di kantor HPAIC.

Sebelum ke pembahasan lebih lanjut, perlu diketahui bahwasanya bukan hanya karyawan HPAIC saja yang memiliki pengorganisasian, namun anggota MLM Syariah juga memiliki pengorganisasian dengan tingkatan level sebagai anggota MLM Syariah.

Berikut ini adalah rincian urutan tingkat level anggota MLM Syariah dari yang terendah sampai yang tertinggi:⁷³

1. PB (Pengurus Biasa), dengan akumulasi nilai mata < 3.000.000, presentase bonus yang didapatkan 10%-17%.
2. PLX (Pengurus Melati), dengan akumulasi nilai mata \geq 3.000.000, presentase bonus yang didapatkan 20%.
3. PRX (Pengurus Meranti), dengan akumulasi nilai > 3.000.000 dan memiliki 3 anggota PLX dibawahnya, presentase bonus yang didapatkan 23%.
4. Pengurus Jati (PJX), dengan akumulasi nilai > 3.000.000 dan memiliki 6 anggota PLX dibawahnya, presentase bonus yang didapatkan 26%.
5. Pengarah Melati (PL), dengan akumulasi nilai > 3.000.000, memiliki 2 anggota PRX dan 6 anggota PLX dibawahnya, presentase bonus yang didapatkan 29%
6. Pengarah Jati (PJ), memiliki 6 PRX di level pertama, presentase bonus 35%.

Pengorganisasian yang diterapkan oleh HPAIC dengan bauran teori *marketing mix* adalah sebagai berikut:

⁷³ <https://hpainternational.id>

1. Pengorganisasian Produk

Pengorganisasian produk yang dimaksud disini adalah bagaimana produk tersebut di koordinir sehingga dapat menjadikan produk yang berkualitas. Kualitas produk sangat penting dalam suatu produk. Untuk menjadikan produk tersebut berkualitas tentu harus melalui tahapan yang telah di koordinir oleh perusahaan. Standar kualitas produk salah satunya telah teruji di lab dengan menyatakan produk tersebut aman ataupun mendapatkan izin edar dari pihak yang berwenang.

Berdasarkan hasil pencarian peneliti dari internet, menurut web resmi HPA (hpainternational.id) semua produk HPA sebelum diedarkan telah lulus uji laboratorium dengan standar GMP (*Good Manufacturing Practice*) sejak tahun 1997 di Malaysia. Dimana dengan standar ini dipastikan produk-produk kesehatan sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh WHO (*World Health Organization*).⁷⁴

Selain produknya telah lulus uji lab dengan standar GMP, tahun 2017 Pak Haji membangun perusahaan HPAIC. Kemudian HPAIC telah mendapatkan sertifikat halal dari DSN MUI termasuk produk-produk yang ada di dalamnya.⁷⁵ Untuk mendapatkan sertifikat tersebut, tentu harus memenuhi kriteria produk

⁷⁴ <https://hpainternational.id>

⁷⁵ *Ibid.*,

dengan ketentuan dari fatwa MUI sendiri yaitu produk yang dipasarkan harus halal, *thayib* (berkualitas), dan menghindari *syubhat* (tidak jelas).⁷⁶

Tabel 3.1
Data Perusahaan Bersistem MLM Syariah Bersertifikat Halal DSN MUI
2019.

No	Lembaga	Produk	No SK	Berlaku
1.	PT K-Link Nusantara	Kesehatan	002.49.01/DSN- MUI/I/2017	5/1/2020
2.	PT UFO BKB Syariah	Kesehatan	003.50.01/DSN- MUI/I/2017	5/1/2020
3.	PT Momen Global Syariah	Nutrisi Kesehatan	006.53.01/DSN- MUI/VII/2017	30/7/2020
4.	PT Veritra Sentosa Internasional	Layanan Pembayaran Multiguna	010.57.01/DSN- MUI/VIII/2017	1/8/2020
5.	PT Herba Penawar Alwahida	Kesehatan	014.71.01/DSN- MUI/XII/2018	19/12/2021
6.	PT Singa Langit Jaya	Kesehatan	001.38.01/DSN- MUI/II/2016	27/2/2021
7.	PT Nusantara Sukses Selalu	Kesehatan	003.40.01/DSN- MUI/III/2016	17/7/2022

Sumber: <https://dsnmui.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>

Di Indonesia sendiri, ada sebuah lembaga yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia yang disebut dengan Badan Pengawas

⁷⁶ <https://dsnmui.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>

Obat dan Makanan (BPOM). Semua jenis obat atau makanan harus lulus uji lab oleh BPOM sebelum di edarkan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, beberapa produk yang ada di HPAIC belum terdapat label BPOM, seperti produk madu dan minuman bubuk⁷⁷.

Terkait perizinan edar produk HPA dari BPOM, pada wawancara Bu Sari mengatakan:

“Sebenarnya bukan pencapaian yang luar biasa ya, tapi ya bagi kami ini pencapaian itu adalah beberapa perizinan produk kami itu selesai. Saya sedang berusaha. Yang lainnya tinggal menunggu saja ya tanggal terbit perizinannya.”⁷⁸

Begitu juga wawancara dengan Mbak Riya mengatakan:

“Setau saya sih ya mbak, sudah ada beberapa yang sudah ber BPOM (produk HPA), terus juga halal karena itu mba, e.. sudah ada sertifikat halal.”⁷⁹

Produk yang diedarkan oleh HPAIC berasal dari Malaysia, namun kopi Radix dan beberapa produk lainnya merupakan produk yang diproduksi dari bahan mentah hingga proses *packing* diproses di Indonesia dengan tetap membawa nama HPA. Hal ini dikatakan oleh Bu Sari saat wawancara:

“..kita Indonesia juga sudah memproduksi barang seperti kopi Radix itu yang dari mentah sampai jadi di Indonesia, dan Malaysia juga tetap. Tapi memang produk-produk masih tetap kita pertahankan yang dari Malaysia. Karena

⁷⁷ Observasi, tanggal 16 Maret 2020 pukul 13.53 WIB, di kantor HPAIC.

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.15 WIB di kantor HPAIC.

⁷⁹ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.12 WIB, via Whats App.

memang bahan baku di Indonesia ada yang belum ada. Jadi gitu ya, kita disini ada ratusan produk dan itu semua resepnya dari Tuan Haji”.⁸⁰

Beberapa pabrik di Indonesia dari HPA sudah tersebar, salah satunya di Yogyakarta, yaitu berdirinya pabrik kopi HPA dengan nama PT Merapi. Kopi yang diproduksi tersebut merupakan jenis produk HPA yang terlaris penjualannya. Terkait pengorganisasian produk Pak Agus juga mengatakan:

“Oh iya kalau produk-produk kami sudah (ada pabriknya). Semuanya ini sudah mandiri, dari Malaysia semuanya sudah dari pabriknya. Kalau yang di produksi disini, itu baru hanya kopinya saja, kita kopi produksi disini”.⁸¹

“..jadi memang kita saat ini mengambil produk-produk itu saja (HPA dari Malaysia). Ya memang ada yang dari Indonesia, seperti kopi itu tadi”.⁸²

HPAIC dan PT Merapi adalah dua tempat yang berbeda, HPAIC sebagai distributor semua produk dari HPA. Sedangkan PT Merapi merupakan pabrik yang digunakan untuk produksi kopi Radix dan *packaging* produk HPA.

“Kalau produksi, atau *packaging* itu bukan (tidak dilakukan di kantor HPAIC), jadi untuk produksi kopi itu terpisah ada sendiri. Ada di jalan Palagan, disana namanya PT Merapi. Untuk memproduksi produk MLM ini Pak Zaki yang mengatur, beliau selaku manajer disana. Beliau juga kadang mengatur staf disini”.⁸³

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.21 WIB di kantor HPAIC.

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.52 WIB di kantor HPAIC.

⁸² Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.53 WIB di kantor HPAIC.

⁸³ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.55 WIB di kantor HPAIC.

Berdasarkan informasi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan terkait pengorganisasian produk di HPAIC yaitu:

- a. Pengorganisasian semua produk HPA *International* berasal dari Malaysia, dimana perusahaan HPAIC berperan sebagai distributor utama untuk menyebar luaskan produk tersebut di Indonesia.
 - b. Proses pembuatan Kopi Radix dari bahan baku hingga jadi pengoperasionalannya di Indonesia, termasuk proses *packaging* produk-produk HPA dioperasikan di PT Merapi, yang dikoordinir oleh Manajer Produk.
 - c. Sebelum produk HPA beredar, telah melakukan uji GMP dari Malaysia, kemudian mendapatkan sertifikat halal dari MUI, yang dikoordinir oleh Pimpinan HPAIC.
 - d. Perizinan edar produk yang diajukan oleh Koordinasi Admin HPAIC pada BPOM masih dalam tahapan proses.
2. Pengorganisasian Harga

Setelah harga di tetapkan dalam perencanaan, langkah selanjutnya yaitu pengorganisasian harga, yakni bagaimana harga produk tersebut diatur. Pengorganisasian harga produk di HPAIC, ditentukan oleh Pak Haji Ismail selaku pimpinan dari HPAIC. Namun harga yang diberikan untuk anggota MLM Syariah memiliki harga khusus. Apabila dijual kembali produk tersebut oleh anggota, maka dengan ketentuan sama dengan harga dari HPAIC.

Terkait pengorganisasian harga, pada saat wawancara Pak Agus mengatakan:

“Ya, betul. Semuanya (keputusan terkait produk). Jadi memang setiap hari kita ada laporan atau terima arahan beliau yang pimpin.”⁸⁴

“Oh iya ada ya karena kita kan sediakan stokis sebelah kantor itu ada, mau lewat anggota juga ada (pembelian produknya). Harga itu sama ya, karena ya sudah di *list* mau beli langsung ataupun lewat *member* itu sama saja. Untuk *member* jadi kan memang sudah ada harga khusus, sudah dapat potongan. Kalau mereka jual lagi itu sudah untung.”⁸⁵

Terkait harga yang ditetapkan, Mba Riya selaku anggota MLM Syariah mengatakan:

“Jadi ya e.. harganya sesuai harga yang telah ditetapkan e.. jadi.. e.. kalo *member* sendiri enggak berani naikin, karena itu kan udah ada katalognya harganya sendiri-sendiri, jadi dari HPAIC sendiri saya juga udah ambil untung.”⁸⁶

Berikut ini adalah daftar produk beserta harga yang telah ditetapkan oleh konsumen dari HPAIC:⁸⁷



⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.23 WIB di kantor HPAIC.

⁸⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.58 WIB di kantor HPAIC.

⁸⁶ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.16 WIB, via *Whats App*.

⁸⁷ <https://hpainternational.id>

Tabel 3.2
Daftar Harga dan Produk HPA 2019

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
1	BAIDURI	60 kapsul	20,000	115,000	130,000	115,000	130,000	120,000	135,000	125,000	145,000
2	D'DET	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
3	DEEP C	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
4	D'KARM	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
5	GAMAT GOLD	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
6	GARLIC SAUDA	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
7	HABBA PRO	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
8	IQ MINDA	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
9	MANGGISCAP	60 kapsul	20,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
10	KELADI TIKUS	60 kapsul	20,000	115,000	130,000	115,000	130,000	120,000	135,000	125,000	145,000
11	LUCKY MAX	60 kapsul	20,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
12	MALAC	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
13	MENGGUDU	60 kapsul	20,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
14	NATURE'S GARLIC	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
15	SARI KUTUK	60 kapsul	20,000	110,000	125,000	110,000	125,000	115,000	130,000	120,000	135,000
16	SIRSAK LEAF	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
17	SPIRULINA	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
18	TISOL KAP	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
19	ZEDOMER	60 kapsul	20,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
20	PLANT HC	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
69	MADU PELAWAN	150gram	30,000	240,000	260,000	240,000	260,000	245,000	265,000	250,000	275,000
70	ENZYME SULTAN	140gram	20,000	220,000	250,000	220,000	250,000	225,000	255,000	230,000	265,000
71	ROYAL ENZYME	140gram	10,000	150,000	170,000	150,000	170,000	155,000	175,000	165,000	185,000
72	GARAM KALOIDAL SPRAY	70ml	5,000	40,000	55,000	40,000	55,000	45,000	60,000	55,000	70,000
73	OTS	20ml	5,000	40,000	50,000	40,000	50,000	50,000	60,000	60,000	70,000
74	SKY LAB	65ml	30,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
75	SABUN PEMBERSIH ALAMI	30gram	2,000	45,000	55,000	45,000	55,000	50,000	60,000	55,000	65,000
76	SABUN ANTI RESDUNG		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
77	SABUN ANTI JERAGAT		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
78	SABUN COLAGEN		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
79	MINYAK KASTURI	3 @3ml	30,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
80	SARI KURMA PILIHAN	300 gram	8,000	45,000	65,000	50,000	70,000	55,000	75,000	60,000	80,000
81	ZINGERRA	10sachet	20,000	65,000	80,000	65,000	80,000	70,000	85,000	75,000	90,000
82	MADHULIKA	300 gram	30,000	110,000	150,000	110,000	150,000	115,000	155,000	120,000	160,000
83	SPIRUMADUKIDS	125ml	20,000	65,000	80,000	65,000	80,000	70,000	85,000	75,000	90,000
84	EXTRAGREEN	330 gram	20,000	100,000	120,000	100,000	120,000	105,000	125,000	110,000	130,000
85	DI MATA		2,000	16,000	26,000	16,000	26,000	21,000	310,000	26,000	36,000

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
21	BROME CAPS	30 kapsul	20,000	115,000	130,000	115,000	130,000	120,000	135,000	125,000	145,000
22	BUAH MERAH	60 soft gel	50,000	240,000	260,000	240,000	260,000	245,000	265,000	250,000	270,000
23	SALMON SOFT GEL	60 soft gel	50,000	200,000	220,000	205,000	225,000	210,000	230,000	215,000	235,000
24	SAUDA SOFT GEL	60 soft gel	50,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
25	MARINE SQUALANE S GEL	60 soft gel	40,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
26	ZAYTUN SOFT GEL	60 soft gel	30,000	160,000	180,000	160,000	180,000	165,000	185,000	170,000	190,000
27	TEHPEGAGAN CELUP	15 sachet	10,000	60,000	75,000	60,000	75,000	65,000	80,000	70,000	90,000
28	TEHPEGAGAN TUBRUK	50 gram	5,000	30,000	45,000	30,000	45,000	35,000	50,000	40,000	60,000
29	GULA AREN ORGANIK	200 gram	5,000	40,000	50,000	40,000	50,000	45,000	60,000	55,000	70,000
30	GULA KELAPA ORGANIK	200 gram	5,000	40,000	50,000	40,000	50,000	45,000	60,000	55,000	70,000
31	MINYAK MPH	100 ml	10,000	45,000	60,000	45,000	60,000	50,000	65,000	60,000	80,000
32	VIRGIN COCONUT OIL	100 ml	10,000	50,000	70,000	50,000	70,000	55,000	75,000	60,000	85,000
33	MADU ARAB	300 gram	30,000	115,000	130,000	115,000	130,000	120,000	135,000	125,000	140,000
34	MADU SIDR	350 gram	40,000	250,000	270,000	250,000	270,000	255,000	275,000	260,000	280,000
35	MADU HITAM PAHIT	350 gram	30,000	135,000	155,000	135,000	155,000	140,000	160,000	145,000	165,000
36	MADU PLUS	350 gram	30,000	150,000	180,000	150,000	180,000	155,000	185,000	160,000	190,000
37	PROPOLIS	12 ml	20,000	150,000	180,000	150,000	180,000	155,000	185,000	160,000	190,000
38	PROPOLIS 7 PLUS	6 ml	20,000	115,000	130,000	115,000	130,000	120,000	135,000	125,000	145,000
39	MINYAK ZAYTUN	350 ml	30,000	200,000	220,000	200,000	220,000	205,000	225,000	210,000	230,000
40	PATI KURMA	350 gram	30,000	135,000	155,000	135,000	155,000	140,000	160,000	145,000	165,000
41	SIROP BUAH PALA	150 gram	20,000	65,000	80,000	65,000	80,000	70,000	85,000	75,000	90,000
42	BEDAK NUR		10,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
43	CANTELLA DAY CREAM	10gram	10,000	110,000	130,000	110,000	130,000	115,000	135,000	120,000	140,000
44	CANTELLA FACIAL WASH	60ml	10,000	100,000	120,000	100,000	120,000	105,000	125,000	110,000	130,000
45	CANTELLA MASKER GEL	30gram	10,000	90,000	110,000	90,000	110,000	95,000	115,000	100,000	120,000
46	CANTELLA SHAMPO	150 gram	5,000	60,000	80,000	60,000	80,000	65,000	85,000	70,000	90,000

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
47	CANTELLA BODY SHOWER	150 gram	5,000	60,000	80,000	60,000	80,000	65,000	85,000	70,000	90,000
48	CANTELLA BAR SOAP	80gram	3,000	30,000	40,000	30,000	40,000	35,000	45,000	40,000	50,000
49	RADIX PASTA GIGI	120 gram	3,000	14,000	16,000	14,000	16,000	14,000	16,000	19,000	22,000
50	BUKU INTIBAH		2,000	50,000		50,000		50,000		50,000	
51	BUKU PRODUK		5,000	50,000		50,000		50,000		50,000	
52	BUKU RADIX SATU KAJIAN			50,000		50,000		50,000		50,000	
53	BROSUR PRODUK		2,000	150,000		150,000		150,000		150,000	
54	VEST		10,000	150,000		150,000		150,000		150,000	
55	HANDUK										
56	ASHITABA	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
57	PLANTISOL LEAF	60 kapsul	40,000	150,000	180,000	150,000	180,000	155,000	185,000	160,000	190,000
58	ROSELLE BIRU	60 kapsul	20,000	90,000	105,000	90,000	105,000	95,000	110,000	100,000	115,000
59	SHARK CARTILAGE	60 kapsul	40,000	150,000	180,000	150,000	180,000	155,000	185,000	160,000	190,000
60	UMBI DEWA	60 kapsul	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
61	KAPSUL MALAC	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
62	KAPSUL HTA	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
63	KAPSUL FICUS	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
64	KAPSUL COSCINIUM	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
65	KAPSUL RADIX	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
66	KAPSUL PELAWAS	60 kapsul	30,000	105,000	115,000	105,000	115,000	100,000	120,000	115,000	125,000
67	NOS	35 soft gel	20,000	105,000	120,000	105,000	120,000	110,000	125,000	115,000	135,000
68	MADU OSTEO	300gram	30,000	135,000	155,000	135,000	155,000	140,000	160,000	145,000	165,000

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
69	MADU PELAWAN	150gram	30,000	240,000	260,000	240,000	260,000	245,000	265,000	250,000	275,000
70	ENZYME SULTAN	140gram	20,000	220,000	250,000	220,000	250,000	225,000	255,000	230,000	265,000
71	ROYAL ENZYME	140gram	10,000	150,000	170,000	150,000	170,000	155,000	175,000	165,000	185,000
72	GARAM KALOIDAL SPRAY	70ml	5,000	40,000	55,000	40,000	55,000	45,000	60,000	55,000	70,000
73	OTS	20ml	5,000	40,000	50,000	40,000	50,000	50,000	60,000	60,000	70,000
74	SKY LAB	65ml	30,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
75	SABUN PEMBERSIH ALAMI	30gram	2,000	45,000	55,000	45,000	55,000	50,000	60,000	55,000	65,000
76	SABUN ANTI RESDUNG		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
77	SABUN ANTI JERAGAT		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
78	SABUN COLAGEN		2,000	25,000	35,000	25,000	35,000	30,000	40,000	35,000	45,000
79	MINYAK KASTURI	3 @3ml	30,000	180,000	200,000	180,000	200,000	185,000	205,000	190,000	210,000
80	SARI KURMA PILIHAN	300 gram	8,000	45,000	65,000	50,000	70,000	55,000	75,000	60,000	80,000
81	ZINGERRA	10sachet	20,000	65,000	80,000	65,000	80,000	70,000	85,000	75,000	90,000
82	MADHULIKA	300 gram	30,000	110,000	150,000	110,000	150,000	115,000	155,000	120,000	160,000
83	SPIRUMADUKIDS	125ml	20,000	65,000	80,000	65,000	80,000	70,000	85,000	75,000	90,000
84	EXTRAGREEN	330 gram	20,000	100,000	120,000	100,000	120,000	105,000	125,000	110,000	130,000
85	DI MATA		2,000	16,000	26,000	16,000	26,000	21,000	310,000	26,000	36,000

NO	NAMA PRODUK	ISI	NILAI MATA	HARGA PRODUK							
				WILAYAH 1		WILAYAH 2		WILAYAH 3		WILAYAH 4	
				MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN	MEMBER	KONSUMEN
1	KOPI PAK HAJI	20 sachet	40,000	125,000	150,000	125,000	150,000	135,000	165,000	165,000	195,000
2	RADIX HIMALAYA	10 sachet	20,000	60,000	75,000	60,000	80,000	70,000	85,000	80,000	100,000
3	RADIX IQ	10 sachet	20,000	70,000	85,000	70,000	90,000	80,000	95,000	90,000	110,000
4	RADIX COLLAGEN	10 sachet	30,000	125,000	150,000	125,000	150,000	135,000	165,000	165,000	195,000
5	RADIX KKACIP FATIMAH	10 sachet	30,000	125,000	150,000	125,000	150,000	135,000	165,000	165,000	195,000

Sumber: <https://hpainternational.id/produk/>

Keterangan:

Wilayah 1: Pulau Jawa, Sumatera, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, Pangkalanbun, Sampit.

Wilayah 2: Pontianak, Sulawesi, Bali, NTT, NTB.

Wilayah 3: Gorontalo, Natuna, Sulawesi, Maluku.

Wilayah 4 : Papua.

Dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulan terkait pengorganisasian harga produk, yaitu:

- a. Daftar harga produk yang dijual langsung oleh pihak HPAIC dengan daftar harga produk yang dijual melalui anggota MLM Syariah sama. Harga tersebut ditetapkan oleh Pimpinan HPAIC.
 - b. Tetapnya kesamaan harga produk dari HPAIC dan harga produk yang dijual oleh anggota MLM Syariah, dikarenakan HPAIC telah menerapkan potongan penjualan sebagai harga khusus untuk anggota MLM Syariah. Potongan penjualan tersebut ditetapkan oleh Pimpinan HPAIC.
 - c. Harga anggota MLM Syariah dengan konsumen biasa ditetapkan berdasarkan wilayah.
3. Pengorganisasian Promosi

Pengorganisasian promosi yang dimaksud yaitu bagaimana promosi yang dilakukan oleh HPAIC di koordinir dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Mengingat kembali bahwasanya tujuan jangka panjang HPAIC menjual produknya dengan sistem MLM Syariah yaitu untuk meningkatkan perekonomian umat muslim. Sedangkan tujuan jangka pendek yaitu pendapatan mencapai 30 milyar dengan mendirikan program Gempur POC Radix 2019.

- a. Pengorganisasian Promosi Produk HPAIC

Promosi dapat meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. Sehingga dalam pengorganisasian promosi ini

perlu diperhatikan. Adapun pengorganisasian promosi yang dilakukan oleh HPAIC, yakni dengan cara melalui seminar-seminar dimana Pimpinan HPAIC yang langsung menkoordinir seminar tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Pak Agus, beliau mengatakan:

“Oh iya ya (Pak Haji Ismail yang mengadakan seminar). Karena beliau memang yang sekaligus yang mengadakan pelatihan.”⁸⁸

Bu Sari juga mengatakan hal yang sama, beliau mengatakan:

“Iya, kita setiap bulan memang adakan seminar. Sama seperti program Gempur POC Radixku. Tuan Haji selalu rutin adakan seminar ya, beliau pembicaranya untuk seminar rutin bulanan, jadi bagi beliau hal bolak-balik Indonesia Malaysia itu sudah biasa ya, hal yang wajar. Orang-orang yang tertarik dengan hal ini, daftar jadi anggota. Karena nanti ada harga khusus jadi anggota. Jadi anggota juga bisa sekaligus berwirausaha.”⁸⁹

Dengan bergabungnya orang-orang yang mengikuti seminar menjadi anggota MLM Syariah, maka menjadi anggota MLM Syariah sekaligus dapat berwirausaha, karena dapat menjual kembali produk itu. Seminar yang diadakan juga di koordinir langsung oleh Pimpinan HPAIC. Bu Sari mengatakan:

“Oh iya, langsung beliau (Pak Haji Ismail) juga yang mengkoordinir setiap bulannya yah pada program seminar rutin.”⁹⁰

⁸⁸ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.59 WIB di kantor HPAIC.

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.33 WIB di kantor HPAIC

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.34 WIB di kantor HPAIC

Mbak Riya sebagai anggota MLM Syariah, terkait pengorganisasian promosi ia mengatakan:

“Kita tugasnya memasarkan produknya ke orang-orang ini loh produk HPA, bagus, herbal ngga kimiaan. Orang-orang pakai nanti tertarik terus saya tawarkan jadi *member* juga bisa, gabung dengan saya. Anggota dasar yang seperti saya ya nanti ngikutin arahan-arahan dari mitra dan HPAIC sendiri ya.”⁹¹

Mas Dodi juga mengatakan hal serupa dengan Mbak Riya:

“Kalau bagi yang sudah punya *member* lain, yang pasti mereka harus punya grup WA khusus, nanti komunikasi lewat situ, apabila anggota dari mitra tersebut tanya terkait produk atau apapun masalahnya, mitra tersebut bisa gitu langsung kasih solusinya, penyelesaian apa.”⁹²

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengorganisasian promosi di HPAIC:

- 1) Seminar dilakukan setiap 1 bulan 1 kali yang dikoordinir oleh Pak Haji Ismail, sekaligus memberikan pelatihan pengobatan pada anggota atau calon anggota MLM Syariah.
- 2) Anggota MLM Syariah juga berperan sebagai distributor untuk memasarkan produk HPA, dengan mitra (level tingkatan atas anggota) sebagai pembimbing mereka.

⁹¹ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.18 WIB, via *Whats App*.

⁹² Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.24 WIB, via *Whats App*.

b. Pengorganisasian Program Gempur POC Radix 2019.

Program Gempur POC Radix 2019 merupakan program promosi yang dilakukan untuk mengangkat salah satu produk terbaru dari HPA, yaitu berupa pupuk organik. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, dengan target 30 milyar pada tahun 2019. Pengorganisasian yang dimaksud dari program ini adalah bagaimana HPAIC mengkoordinir program tersebut dalam rangka mencapai target pendapatan 30 milyar.

Terkait program ini yang mengkoordinir adalah Pak Juwari, merupakan Wakil Direktur HPAIC. Bu Sari mengatakan:

“Kita usaha untuk itu dengan mengadakan project-project, seperti Gempur POC Radixku kita targetkan di 50 kota dalam sepekan. Pak Juwari yang mengemban tugas ini. Dan tahun ini juga akan diadakan lagi. Karena kita kan labelnya produk halal tanggung jawab bersama, jadi ya harapan kita karyawan, santri, pakai produk dari kita sendiri.”⁹³

Pengorganisasian yang dilakukan pada program ini, Pak Agus juga mengatakan:

“..yaitu ada Wakil Direktur Pak Juwari, nah beliau yang keliling Indonesia pada Gempur POC untuk mempromosikan produk kami.”⁹⁴

Pada pengorganisasian program ini, Pak Agus mengatakan bahwa bukan hanya Wakil Direktur yang mengemban tugas untuk pelaksanaan

⁹³ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 10 Januari 2020 pukul 09.32 WIB di kantor HPAIC

⁹⁴ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.00 WIB di kantor HPAIC.

Program Gempur POC Radix 2019, pihak internal yaitu karyawan HPAIC

ikut serta berperan dalam program Gempur POC Radix beliau mengatakan:

“Ya, betul. Semuanya (keputusan-keputusan dan program yang dijalankan). Jadi memang setiap hari kita ada laporan atau terima arahan beliau (Pak Haji Ismail) yang pimpin. Jadi nanti saya arahkan ke yang lain, bersama Bu Sari juga.”⁹⁵

“Saya dan rekan-rekan saya disini tetap edukasi untuk hal itu pada masyarakat sekitar. Karena kan kalo kimia sekali tabur, 1 atau 2 hari itu sudah keliatan langsung hasilnya. Sedangkan kalau herbal itu kan membutuhkan waktu dan harus *continue*, harus sabar. Jadi memang masih banyak orang awam yang maunya instan gitu.”⁹⁶

Terkait pengorganisasain program ini, peneliti melakukan pencarian di web. Pada penelusuran keagenan resmi HPA (pojokhalal.id dan hpainternational.id) peneliti mendapatkan informasi bahwasanya jika mengikuti program tersebut dan merupakan anggota MLM Syariah, maka memiliki peluang untuk naik peringkat level anggota menjadi Pengurus Jati (PJX) mendapatkan 26% dari omset belanja pribadi. Dengan syarat dapat mensyiarkan dan mengajak 6 orang untuk mengikuti program ini. Sedangkan apabila anggota PJX atau anggota Pengarah Melati (PL) mengikuti program

⁹⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.02 WIB di kantor HPAIC

⁹⁶ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.04 WIB di kantor HPAIC

ini dan mengajak 3 orang, maka berpeluang untuk naik peringkat level menjadi Pengarah Jati (PJ) mendapatkan 35% dari omset belanja pribadi.⁹⁷

Berdasarkan informasi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan terkait pengorganisasian promosi pada Program Gempur POC Radix 2019 yaitu:

- 1) Program Gempur POC Radix 2019 ditargetkan diadakan di 50 kota, dengan koordinator Pak Juwari selaku Wakil Direktur yang melaksanakan program tersebut.
 - 2) Koordinasi pada lingkungan sekitar terkait program ini dilakukan oleh Pak Agus dan Bu Sari atas perintah Pak Haji Ismail dengan melakukan edukasi pada masyarakat terkait pupuk organik.
 - 3) Anggota MLM Syariah ikut berperan dalam pengorganisasian promosi, yakni apabila mengikuti program Gempur POC Radix 2019 dengan mengajak orang awam, maka akan berpeluang untuk naik peringkat levelnya.
4. Pengorganisasian Tempat

Pengorganisasian tempat yang dimaksud adalah bagaimana tempat kegiatan jual beli produk di koordinir. Berdasarkan hasil observasi peneliti, tepat disebelah kanan kantor HPAIC, terdapat sebuah bangunan dengan spanduk “Stokis HPA

⁹⁷ Berdasarkan penelusuran web resmi keagenan <https://pojokhalal.id> dan <https://hpainternational.id>

Pak Haji”. Stokis tersebut menjual berbagai produk-produk dari HPA.⁹⁸ Pada uraian yang ada di perencanaan, HPAIC memiliki 2 cara pembelian produk yaitu secara langsung (*offline*) ataupun secara tidak langsung (*online*).

Terkait pengorganisasian tempat pembelian secara langsung anggota MLM Syariah dapat langsung datang ke Agen Stokis HPAIC yang merupakan penyedia produk-produk HPA dengan lengkap. Sebelum ada kantor HPAIC, pembelian produk dilakukan pada saat pengadaan seminar, dimana Pak Haji Ismail langsung yang melakukan kegiatan jual beli tersebut. Pak Agus mengatakan:

“Oh iya, jadi member itu kan datang kesini. Akadnya sama seperti jual beli biasanya mbak. *Member* beli, kita kasih barangnya..”⁹⁹

“Oh iya ada ya karena kita kan sediakan agen stokis sebelah kantor itu ada, mau lewat anggota juga ada (pembeliannya).”¹⁰⁰

“Jadi dulu sebelum pondok HPAIC ada, memang hampir setiap sebulan sekali pak Haji mengundang para *member* dan juga calon *member* untuk diberikan seminar. Seminarsnya itu berupa pelatihan bekam, lalu pelatihan pengobatan diabetes. Nah dari situ orang kan nanti banyak yang datang. Nah dari situlah biasanya pak haji itu e.. disaat program itu memberikan daftar harga-harga produk HPA ini, biasanya member-member ya terutama member-member biasanya akan belanja banyak saat program itu.”¹⁰¹

⁹⁸ Observasi, tanggal 10 Januari 2020, pukul 09.00 WIB.

⁹⁹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.12 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.13 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.29 WIB di kantor HPAIC.

Sampai saat ini jual beli produk setelah pengadaan seminar tetap dilakukan, pihak HPAIC akan memberikan pelayanan pada konsumen yang ingin membeli produknya ataupun yang ingin bergabung menjadi seorang anggota MLM Syariah. Hal ini dikatakan oleh Pak Agus:

“Karena selama ini kita tetap rutin adakan seminar-seminar, jika produk kita berkualitas, pasti tetap banyak yang mau beli konsumsi, lalu kan ada penawaran, mereka yang tertarik pasti mau gabung jadi *member*.”¹⁰²

Terkait pembelian secara tidak langsung, Pak Agus mengatakan:

“..kalaupun mau lewat *online, mbanking* juga bisa, kita kirim barangnya.”¹⁰³

Sedangkan untuk anggota MLM Syariah, juga memiliki pengorganisasian tempat untuk menjual belikan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu dengan melakukan penawaran terhadap orang disekitar, dan secara tidak langsung melalui akun sosial media. Terkait hal ini, Mbak Riya mengatakan:

“Kalau saya sih e.. ini mba.. e.. media sosial, sosmed ya promosinya. Wa, Ig, itu mbak.. sosmed itu baru 2 saya promosinya akunnya. Tapi kadang saya ya nawarin langsung ke temen-temen gitu.”¹⁰⁴

Hal tersebut juga dikatakan Mas Dodi:

¹⁰² Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.14 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.32 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.22 WIB, via *Whats App*.

“Kalo akun sosmed ya saya sendiri mbak, pribadi. Saya bikin *story* WA gitu ya sering. Kadang temen saya bales “*ready gan?*”. Saya ya jawab ada. Saya anterin, atau kadang dia yang ambil.”¹⁰⁵

Hasil pencarian di web resmi HPAIC (hpainternational.id) terkait tempat jual beli, peneliti mendapat informasi bahwasanya terdapat *link* khusus dari web tersebut bagi konsumen yang ingin membeli produk HPA melalui via *online* yaitu disediakan nomor WA 08119856950 dengan *server* otomatis yang menghubungkan langsung pihak konsumen ke pihak produk HPA.¹⁰⁶

Berdasarkan informasi di atas, dapat ditarik kesimpulan terkait pengorganisasian tempat yaitu:

- a. Agen stokis HPA melayani pembelian kepada konsumen secara langsung (*offline*).
- b. Pembelian secara *offline* juga dapat dilakukan pada saat pengadaan seminar dengan melakukan penawaran dari pihak HPAIC, ditunjukkan produk dan daftar harganya.
- c. Pembelian secara *online* dikoordinir dengan sistem *server* secara otomatis, yang kemudian akan dilayani oleh admin HPAIC.
- d. Anggota MLM Syariah dapat mengkoordinir tempat jual belinya dengan *online* (melalui akun media), dan *offline* (melakukan penawaran pada orang sekitar).

¹⁰⁵ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.28 WIB, via *Whats App*.

¹⁰⁶ <https://hpainternational.id/produk/>

C. Penggerakan

Penggerakan meliputi kegiatan pengarahan, mempengaruhi orang lain, memotivasi orang-orang untuk bekerja. Terkait penggerakan, Pak Haji Ismail selaku pimpinan HPAIC, senantiasa memberikan arahan pada karyawan-karyawannya.

Terkait penggerakan yang dilakukan oleh Pak Haji Ismail selaku pimpinan, semua karyawan yang bekerja arahnya dari Pak Haji Ismail bahkan arahan-arahan tersebut dilakukan setiap hari. Pada poin penggerakan, Pak Agus mengatakan:

“Oh iya. Jadi semuanya yang bekerja disini arahnya dari beliau (Pak Haji Ismail). Jadi kami tidak melangkah sendiri. Kalau beliau bilang, HPAIC ini adalah lukisannya, nah kami ini adalah kuasanya. Jadi ya beliau yang menggerakan. Kami disini membantu impian Pak Haji untuk mewujudkannya di HPAIC ini.”¹⁰⁷

Bu Sari juga mengatakan:

“Iya jadi ya memang semua arahan dari Pak Haji ya. Pak Haji itu sudah punya lukisan tersendiri ya. Nah tugas kita untuk mewarnai lukisan itu tidak boleh keluar dari jalur ketika memberikan warna yang harmoni, indah dilihat, nah tugas kita seperti itu. Jadi memang harus rapi dalam pengorganisasiannya.”¹⁰⁸

“Oh iya rutin yah (arahannya). Hitungannya ngga setiap bulan, justru setiap hari. Disitu kita selalu dimotivasi, bahas kerjaan-kerjaan, kemajuannya bagaimana. Ya begitu”.¹⁰⁹

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya penggerakan yang dilakukan oleh pimpinan HPAIC kepada karyawannya mencakup segala hal yang

¹⁰⁷ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 09.16 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.36 WIB di kantor HPAIC.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.37 WIB di kantor HPAIC.

ada di HPAIC, termasuk pergerakan produk, harga, promosi, dan tempat. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan dibahas pergerakan dengan bauran *marketing mix* di HPAIC.

1. Pergerakan Produk

Pergerakan produk yang dimaksud yaitu bagaimana sumber daya HPAIC diarahkan agar penjualan produk-produk dapat terus berkembang dan berkualitas sehingga tujuan ataupun target dari HPAIC dapat tercapai.

Terkait pergerakan produk, proses dari bahan mentah hingga jadi semua produk HPA diperhatikan dengan prinsip Islam. Bu Sari mengatakan:

“Unit-unit usaha maupun produk-produk itu kita perhatikan. Dan kita pastikan dari proses hulu hingga ke hilir itu halal dan *thoyyib*”.¹¹⁰

Pada bahasan pergerakan produk, Pak Agus mengatakan:

“Yang pasti ya pabrik-pabrik itu kan di Malaysia ya. Jadi bahan baku dan produksi itu dari sana. Kalau kopi Radix memang di Indonesia. Saya juga kurang paham nama mesin-mesin yang digunakan apa saja untuk produksi itu. Tapi satu yang pasti, Pak Haji sangat menekankan dalam proses produksinya dimana setiap karyawan pabrik HPA diwajibkan menjaga wudhu selama bekerja. Dan semua karyawan, entah yang dipabrik ataupun di HPAIC sini selalu dilazimkan untuk sholat dhuha. Karena ya memang untuk produksi atau menjalankan menjual produk-produknya kita harus tetap berprinsip etika Islam.”¹¹¹

Peneliti wawancara terhadap anggota MLM Syariah alasan ketertarikan mereka mengonsumsi produk HPA. Menurut Mbak Riya karena produknya

¹¹⁰ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.42 WIB di kantor HPAIC.

¹¹¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.05 WIB di kantor HPAIC.

berlandaskan muslim. Begitu juga dengan Mas Dodi yang merasa seorang mahasiswa muslim, maka ia ingin menggunakan produk tersebut. Mbak Riya mengatakan:

“Iya..itu.. itu.. menurut saya karena herbal begitu, jadi bukan kimia-kimia, terus juga bersertifikat muslim. MUI. Saya juga sekalian berlatih wirausaha dengan menjual produk-produknya.”¹¹²

Mas Dodi juga mengatakan:

“Saya awalnya ini pun juga tawaran dari teman ya mbak pakek produk HPA ini. Yang pertama saya coba itu kopi. Lama-lama ya tertarik, cari tau. Sekalian aja lah daftar jadi *member* kalo saya beli sendiri kan juga dapet potongan. Ya setelah saya tau produk ini e.. dengan apa yaa.. landasan muslim gitu ya. Saya ngerasa nih saya anak UIN, coba lah produk sesama umat muslim. Ya akhirnya sampai sekarang ini, sampai punya 3 anggota.”¹¹³

Telah mendapatkan sertifikat DSN MUI dan produk dinyatakan halal, bukan berarti HPAIC mengabaikan izin edar produk dari pihak BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Sampai saat ini masih dalam proses untuk mendapatkan izin edar dari BPOM pada produk HPA. Hal ini dikatakan oleh Ibu Sari:

“Sebenarnya bukan pencapaian yang luar biasa ya, tapi ya bagi kami ini pencapaian itu adalah beberapa perizinan produk kami itu selesai. Saya sedang berusaha. Yang lainnya tinggal menunggu saja ya tanggal terbit perizinannya.”¹¹⁴

¹¹² Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.28 WIB, via *Whats App*.

¹¹³ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.41 WIB, via *Whats App*.

¹¹⁴ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.47 WIB di kantor HPAIC.

Pak Agus juga mengatakan terkait izin edar produk yang masih dalam proses:

“Iya kita sejak tahun lalu sebenarnya sedang proses izin produk yaa. Produk nya banyak, jadi memang masih proses. Yang pasti kita tetap jaga kualitasnya, herbalnya, khasiatnya, agar konsumen tetap merasakan kebaikan produk-produk kami. Ya semoga 2020 ini terus bertambah. Sebenarnya dengan standar GMP itu saja sudah sangat baik ya, tapi ya ini kan produk juga masuk Indonesia, jadi ya memang harus ada legalnya BPOM.”¹¹⁵

Berdasarkan hasil pencarian di web resmi BPOM (bpom.go.id), berikut ini adalah produk-produk yang di edarkan oleh HPAIC yang sudah ber BPOM pada tahun 2019:¹¹⁶

Tabel 3.3
Rincian Produk HPA yang telah BerBPOM

No.	Produk (Herba)	Nomor Registrasi
1.	Minyak Herba MPH	TR 185617961
2.	Bawang Lanang (50 kapsul)	TR 173399301
	Bawang Lanang (30 kapsul)	TR 173301451
3.	Herbal Mengkudu Pak Haji	TR 133371901
4.	Nature Garlic	TR 143376721
5.	Garlic Sauda	TR 163397681

¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.08 WIB di kantor HPAIC.

¹¹⁶ <https://cekbpom.pom.go.id/>

6.	HGH-II	TR 143683541
7.	Kapsul Keladi Tikus	TR 193333071
8.	Sauda Softgel	TR 182318141
9.	D'Det	TR 133369231
10.	GNC Natural Naturica Shark Cartalige	TI054516391
	Naturica Shark Cartalige	TR182317271
11.	Plant HC 99	TR173301931
12.	Kapsul Gamat Emas	TR193326641
13.	Vitex	TI204359181

No.	Produk (Minuman)	Nomor Registrasi
14.	Kopi Radixku	MD 867009001053

Sumber: <https://cekbpom.pom.go.id/>

Berdasarkan informasi diatas, dapat ditarik kesimpulan terkait pergerakan produk:

- a. Pimpinan HPAIC mengarahkan para karyawannya untuk senantiasa menjaga prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan produknya.
- b. Pihak HPAIC tetap melakukan upaya untuk perizinan edar produk dari BPOM, tercatat pada tahun 2019 terdapat 14 jenis produk dari 107 jenis produk yang telah mendapatkan registrasi izin edar dari BPOM.

2. Penggerakan Harga

Penggerakan harga disini diartikan bagaimana pimpinan memberikan arahan kepada bawahannya terkait harga produk dari HPA. Anggota MLM Syariah disini sangatlah penting, karena mereka merupakan wirausahawan sekaligus distributor yang berperan menyebarkan produk HPA ke berbagai kalangan. Untuk itu, saat pengadaan seminar mereka mendapatkan pengarahan. Harga yang ditetapkan pada anggota MLM Syariah berbeda dengan harga yang bukan anggota MLM Syariah. Pada anggota MLM Syariah, mereka mendapatkan potongan harga. Terkait pengarahan pada harga. Mbak Riya mengatakan:

“Kalau untuk harga sih udah di tentuin mbak. Tapi nanti kan kalau nanti.. e.. saya kan udah jadi member, jadi seumpama kan harga yang udah ditetapin kan misalnya 90.000. Terus saya kan yang ambil. Terus seumpama ada yang pesan ke saya, sedangkan saya kan udah member. Kalau udah member itu dapat potongan harga. Kan misal dari HPA 90.000, karena saya member harganya bisa 70.000 jadi saya e.. untung 20.000 dari konsumennya itu sendiri. Potongan harga berkisar 20% - 30% tiap barang. Terus kan kalau member dapat nomor ID, jadi nomor ID saya setiap produk yang saya jual itu saya dapat poin dan poinnya itu masuk ke akun ID kaya gitu”¹¹⁷

Mas Dodi juga mengatakan:

“Kalau masalah potongan, masing-masing produk itu mempunyai potongan, dan itu engga menentu engga. Semua produk tu engga sama potongannya. Tapi kalau untuk kita sebagai *member* itu pasti ada

¹¹⁷ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.34 WIB, via *Whats App*.

potongan ya, itu 20%-30%. Kaya misal produk minyak, itu potongannya 30%. Ya macem-macem sih.”¹¹⁸

Pak Agus juga mengatakan hal demikian:

“Iya betul mbak. Semua sistem ini ketentuannya sudah dari Pak Haji, dari Malaysia. Jadi memang harga yang diperuntukkan *member* itu ya lebih murah, berbeda-beda potongannya per *item*, ada yang 20%, 25%. Karena kan memang ya tujuannya agar mereka bisa jadi wirausaha. Nah dari tiap pembelian itu, juga ada nilai mata dari 10% sampai 35% itu nanti untuk bagi hasilnya, bonusnya lah istilahnya.”¹¹⁹

Maksud dari nilai mata yang disebut oleh Pak Agus adalah, setiap barang yang dibeli oleh anggota MLM Syariah, memiliki nilai mata berkisar 5.000 – 40.000. dari nilai mata tersebut diberlakukan sistem bagi hasil antara anggota MLM Syariah dengan pihak HPAIC, dengan presentase terendah Pengurus Biasa (PB) 10%-17% sampai presentase tertinggi Pengarah Jati (PJ) yakni 35%.

Berdasarkan wawancara diatas, dapat ditarik kesimpulan terkait pergerakan harga, HPAIC memberikan harga yang berbeda antara konsumen biasa dengan anggota MLM Syariah, yakni bagi anggota MLM Syariah yang berbelanja membeli produk mendapat potongan harga kisaran 20% - 30% pada setiap itemnya. Selain mendapatkan potongan harga, pada saat berbelanja produk maka anggota juga mendapatkan nilai mata yang

¹¹⁸ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 08.54 WIB, via *Whats App*.

¹¹⁹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.12 WIB di kantor HPAIC.

nantinya akan dijadikan bonus pada sistem bagi hasil sesuai peringkat levelnya dengan pihak HPAIC.

3. Penggerakan Promosi

Pada poin ketiga penggerakan yaitu terkait promosi. Penggerakan promosi yang dimaksud disini yaitu bagaimana pimpinan mengarahkan atau mengatur promosi kepada bawahannya yang telah diberi tugas. Di HPAIC sendiri terdapat 2 program pada tahun 2019, yaitu program seminar rutin dan program Gempur POC Radix.

a. Penggerakan Promosi pada Seminar HPAIC

Dijelaskan pada bagian pengorganisasian promosi, bahwasanya Pak Haji Ismail selaku Pimpinan lah yang mengkoordinir langsung pada seminar yang di adakan setiap bulannya. Bentuk penggerakan promosi yang dilakukan oleh pimpinan HPAIC, Pak Agus mengatakan:

“He’em seminar. Jadi dulu sebelum pondok HPAIC ada, memang hampir setiap sebulan sekali pak Haji mengundang para *member* dan juga calon *member* untuk diberikan seminar. Seminarsnya itu berupa pelatihan bekam, lalu pelatihan pengobatan diabetes. Nah dari situ orang kan nanti banyak yang datang. Nah dari situlah biasanya pak haji itu e.. disaat program itu memberikan daftar harga-harga produk HPA ini, biasanya member-member ya terutama member-member biasanya akan belanja banyak saat program itu. Sampai sekarang ya kita tetap adakan seminar itu sebulan sekali, itu rutin.”¹²⁰

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.14 WIB di kantor HPAIC.

Adanya teknik pengobatan, juga disampaikan pada Mbak Riya sebagai anggota MLM Syariah yang pernah mengikuti seminar dari HPAIC, ia mengatakan:

“Kalo saya pas pertama jadi *member* baru itu dapat pelatihan langsung ya mbak dari Tuan Haji, seminar itu saya ikut dan saya setelah itu juga daftar jadi *member* MLM. Jadi.. jadi, di pelatihan itu yang ngarahin Tuan Haji. Ada teknik pijat ngobatin penyakit tulang, diabetes, itu semacam pijat ada tekniknya juga. Kemudian dikenalkan produknya. Terus seperti yang saya katakan tadi, hitung poin kita juga diajarin. Kalo pertama itu sebelum memulai ya acaranya itu kita dikasih motivasi. Itu ada sendiri pemotivasinya. Waktu itu motivasinya biar kita greget di dunia wirausaha. Karena dulu rasulullah juga berniaga kan, gitu.”¹²¹

Demikian juga dikatakan oleh Bu Sari, bahwa dalam pengadaan seminar Pak Haji Ismail bersama motivator yang diundang sebagai pembicara. Bu Sari mengatakan:

“Oh iya, langsung beliau juga yang mengkoordinir setiap bulannya yah pada program seminar rutin. Tetapi menjadi pembicara sekaligus e.. adakan pelatihan di seminar tersebut, beliau itu tidak sendiri. Beliau terkadang mengundang motivator. Spesifiknya motivator yang sudah jadi pengusaha juga. Karena ya memang kan kita e.. basicnya ya wirausaha.”¹²²

Berdasarkan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa penggerakan promosi yang dilakukan oleh Pak Haji Ismail sebagai koordinator dari seminar HPAIC sebagai promosi produk dari HPA yaitu dengan cara:

¹²¹ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.38 WIB, via *Whats App*.

¹²² Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.57 WIB di kantor HPAIC.

- 1) Memberikan pengarahan kepada para anggota terkait sistem MLM Syariah.
 - 2) Memberikan pelatihan teknik pengobatan.
 - 3) Mengundang motivator untuk memotivasi calon anggota ataupun anggota MLM Syariah untuk berwirausaha.
- b. Penggerakan Promosi pada Program Gempur POC Radix

Penggerakan promosi yang dilakukan pada Program Gempur POC Radix ini, yakni dengan cara penyampaian 4 materi. Hal ini dikatakan oleh Bu Sari:

“Iya dari program ini ada 4 materi yang diberikan semuanya itu penting untuk kehidupan kita untuk manfaat kita. Ada *entrepreneur*, ada e.. ada *thib nabawi* itu adalah pencehan penyakit, sama pertanian hidayah. Ukhuwah itu merupakan ikatan pemahaman yang sama bahwa dengan menggunakan pupuk POC adalah demi kebaikan kita bersama, karena Allah. Dan tadi yang saya sebutkan juga e.. apa.. e.. pertanian hidayah. Itu adalah proses mengubah kebiasaan dari pupuk yang awalnya kimia, obat kimia, jadi organik.”¹²³

Thib Nabawi merupakan segala sesuatu yang disebutkan oleh Al Qur'an dan As Sunnah yang shahih yang berkaitan dengan kedokteran baik berupa pencegahan penyakit atau pengobatan. *Thibbun Nabawi* merujuk pada tindakan dan perkataan nabi Muhammad Saw mengenai penyakit, pengobatan dan kebersihan.¹²⁴

¹²³ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 14.58 WIB di kantor HPAIC.

¹²⁴ Ibnu Eman, *Ramuan Herbal Ala Thibbun Nabawi*, <https://books.google.co.id/books>, hlm 2.

Pak Agus juga mengatakan hal yang sama, terkait penggerakan yang dilakukan pada program ini:

“Ya ada mencakup hal lain juga, pada program ini seminarnya mencakup penyampaian 4 materi, sekaligus praktiknya pada sesi pengobatan. Yang pertama itu ada *thibbun nabawi*, pertanian hidayah, ada juga *entrepreneur*, sama ukhuwah. Nah pelatihan atau praktiknya itu pada bagian *thibbun nabawi*, pengobatan ala-ala nabi.”¹²⁵

“Seperti yang saya katakan tadi ya dari Gempur POC Radix yang diadakan ini, penyuluhan diberikan, kita mengubah kebiasaan petani dari penggunaan pupuk kimia ke bahan organik. Mereka belum tau justru dengan pupuk organik ini walaupun hasilnya tidak cepat tidak instan. Tapi nantinya hasil panen dapat dijual lebih murah, berkualitas baik, halal, dan pastinya aman untuk dikonsumsi.”¹²⁶

Kesimpulan yang dapat ditarik dari informasi tersebut terkait penggerakan promosi pada program POC Radix 2019 yaitu dengan memberikan arahan dan pelatihan pada 4 materi, yang terdiri dari *thibbun nabawi*, pertanian hidayah, *entrepreneur*, dan ukhuwah.

4. Penggerakan Tempat

Penggerakan tempat yang dimaksud pada poin ini yaitu tempat dimana semua kegiatan dari HPAIC dijalankan. Pada kegiatan jual beli, apabila konsumen membeli langsung, maka bisa datang di Agen Stokis Pak Haji ataupun anggota MLM Syariah terdekat. Apabila konsumen ingin membeli

¹²⁵ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.16 WIB di kantor HPAIC.

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.18 WIB di kantor HPAIC.

secara tidak langsung, dapat melalui web resmi hpainternational.id, melalui *link whats app* yang telah dihubungkan.

Sedangkan untuk kegiatan seminar program Gempur POC Radix 2019, dilaksanakan di 25 kota Indonesia¹²⁷, yang awalnya di targetkan 50 kota di Indonesia.

Tabel 3.4
Rincian Pelaksanaan Gempur POC Radix 2019

No.	Tempat (Kota)	Tanggal Pelaksanaan (2019)	Penanggungjawab
1.	Tegal	13 Oktober	Rodi El Kemal
2.	Medan	13 Oktober	Mawardi
3.	Makassar	20 Oktober	Kiem
4.	Solo	27 Oktober	Ifa Farida
5.	Palu	27 Oktober	Mira Ar
6.	Purbalingga	27 Oktober	Kuswanto
7.	Batang	3 November	Dewi Fitria
8.	Polman	3 November	Hervina Kahar
9.	Palembang	3 November	Meiri
10.	Bandung	10 November	Poppy

¹²⁷ Dokumen Arsip Program Gempur POC Radix 2019.

11.	Padangsidempuan	10 November	Julistina
12.	Palopo	10 November	Hervina Kahar
13.	Brebes	17 November	Rodi El Kemal
14.	Padang	17 November	Tiris Supriadi
15.	Pasuruan	17 November	Udin
16.	Brebes	17 November	Agung
17.	Sumenep	17 November	Ali Harisojo
18.	Aceh	17 November	Elvira
19.	Depok	24 November	Agung
20.	Kendari	24 November	Iqbal Nur
21.	Tangerang	24 November	Henni HK
22.	Semarang	24 November	Rico
23.	Lombok	1 Desember	Yanti Hafsah
24.	Kalimantan Barat	8 Desember	Fajar
25.	Dumai	8 Desember	Rahmi Rantau

Sumber : Dokumen Arsip Program Gempur POC Radix 2019.

Penggerakan tempat pada program Gempur POC Radix 2019 dilaksanakan di 25 kota, yang awalnya pada poin perencanaan di targetkan di 50 kota. Pelaksanaan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu 2 bulan dengan koordinir Wakil Direktur HPAIC.

D. Pengendalian

Pengendalian merupakan tahap terakhir dari fungsi manajemen. Pada tahap ini harus dipastikan bahwa semua sumberdaya perusahaan digunakan dengan cara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan fungsi manajemen pengendalian ini, seorang pimpinan dapat melakukan perencanaan ulang di periode berikutnya apabila terjadi penyimpangan yang terjadi di perusahaan. Pengendalian yang akan dibahas pada bab ini, yakni pengendalian yang dibaurkan dengan *marketing mix*. Poin pengendalian ini menjadi bagian pembahasan terakhir dari fungsi manajemen pada MLM Syariah. Berikut adalah implementasi pengendalian dengan bauran *marketing mix* di HPAIC:

1. Pengendalian Produk

Setiap produk yang terjual, impor, maupun yang di produksi HPAIC, selalu dalam pengawasan Pimpinan. Manajer Operasional di HPAIC berperan penting pada pengendalian produk-produk yang di distribusikan oleh HPAIC. Karena tugas dari Manajer Operasional HPAIC tidak lain lagi mengatur produk yang terjual belikan, yang kemudian nantinya akan dilaporkan pada pimpinan. Pada pengendalian produk ini, Pak Agus mengatakan:

“Jadi sebenarnya Pak Haji itu ya mengawasi jalannya produk-produk ini mbak. Jadi kalo ada yang beli, produk masuk, itu sebenarnya beliau tau. Karena kita kan juga pakai sistem ya. Jadi tanpa kita laporkan pun itu beliau sudah tau dengan sistem itu. Misalnya hari ini produk tinggal 5000 buah, kemarin terjual 8.200 buah. Karena apa yang diambil oleh Agen Stokis juga masuk ke sistem tersebut. Tapi kami disini tetap mengikuti aturan, saya awasi

produk-produk itu, kemudian saya laporkan ke Bu Sari untuk di rekap. Setelah itu baru dikirim laporannya ke Pak Haji.”¹²⁸

Dengan kemajuan teknologi di era modern ini, dimanfaatkan oleh HPAIC yakni dengan sistem yang dinamakan kartu nomor ID, maka segala bentuk transaksi jual beli dapat tertera pada sistem tersebut. Sedikit berbeda yang dikatakan oleh Pak Agus dengan jawaban Bu Sari yang berlandaskan prinsip Islam, namun pada dasarnya tetap sama yakni pengendalian produk dilakukan melalui pengawasan dari pimpinan.

Bu Sari mengatakan:

“Hal yang perlu kita pegang disini itu adalah kejujuran, tanggungjawab yah, kita memang harus mengingat kita bekerja juga untuk Allah, untuk kebaikan kita sendiri. Semua kegiatan seperti yang saya katakan termasuk terkait produk, itu dalam bentuk laporan yang nantinya e.. kita serahkan ke Pak Haji. Jadi dalam kegiatan-kegiatan HPAIC pun, produk-produk yang di distribusikan itu tetap masuk ke *list*, jumlah produk, nama produknya, semuanya nanti dalam wujud rekap yang nanti kami sampaikan ke Pak Haji..”¹²⁹

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara tersebut terkait pengendalian produk yaitu pengendalian produk yang dilakukan yakni melalui laporan rekap yang diserahkan oleh HPAIC kepada pimpinan. Dengan laporan rekap tersebut, maka pimpinan mengetahui perkembangan dari produknya.

¹²⁸ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.23 WIB di kantor HPAIC.

¹²⁹ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 15.02 WIB di kantor HPAIC.

2. Pengendalian Harga

Pengendalian harga merupakan hal yang sangat penting pada pemasaran produk. Apabila harga dikendalikan dengan baik, maka konsumen juga akan tetap menggunakan produk yang sudah jadi andalan. HPAIC sendiri menerapkan harga produk yang sudah diatur dan ditetapkan oleh Pimpinan HPAIC. Dengan memegang erat prinsip Islam, maka HPAIC juga memegang erat fatwa DSN MUI yang mana tidak lampui batas harga kewajaran pada sistem MLM Syariah. Pak Agus mengatakan:

“Selama saya jadi Manajer Operasional itu harga masih tetap stabil. Pak Haji belum pernah mengubah-ubah harga naik turun. Tapi memang ada beberapa produk yang awalnya itu harus dibeli per *box*, sekarang ada yang eceran jadi lebih ekonomis. Tapi kalau e.. harga gitu ya.. itu stabil. Meskipun mungkin pencapaian target 2019 itu memang belum terlaksana dengan target omset, tapi ya jangan lah untuk menaikkan harga. Kita memang harus lebih giatkan e.. seruan-seruan agar mereka konsumsi produk HPA.”¹³⁰

“Yang pasti HPAIC benar-benar memegang erat amanah dari MUI ya, mereka sudah kasih kita amanah MLM Syariah ini berjalan dikasih izin, jadi produk harga gitu harus terkendali, tidak mahal-mahal dimana masyarakat butuh produk obat-obatan Pak Haji, tapi ternyata harganya lampui batas wajar. Nah itu jangan lah..”¹³¹

Bu Sari selama merekap produk-produk yang terjual ataupun yang di impor juga menyatakan hal demikian:

¹³⁰ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.25 WIB di kantor HPAIC.

¹³¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.27 WIB di kantor HPAIC.

“Kalau harga kan sudah ditentukan itu memang jarang ya ada naik turun. Malah sepertinya belum, selama saya rekap data belum ada harga yang naik, turun juga belum. Jadi stabil-stabil aja mah..”¹³²

Adanya kestabilan harga memang sangat diperlukan, termasuk cara yang digunakan oleh HPAIC dalam penetapan harga dengan memberi aturan pada anggota MLM, agar harga tersebut dijual sama dengan produk yang dijual langsung dari Agen Stokis. Mbak Riya mengatakan:

“..jadi ya e.. harganya sesuai harga yang telah ditetapkan e.. jadi.. e.. kalo *member* sendiri enggak berani naikin, karena itu kan udah ada katalognya harganya sendiri-sendiri, jadi dari HPAIC sendiri saya juga udah ambil untung.”¹³³

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara tersebut terkait pengendalian harga yaitu, Pimpinan HPAIC sejak tahun 2017 dimana HPAIC berdiri dan beroperasi, produk-produk yang di distribusikan dalam kondisi harga yang stabil.

3. Pengendalian Promosi

Semua bentuk pengendalian di HPAIC dilakukan oleh Pimpinan melalui sumberdaya yang ada. Namun di poin pengendalian promosi ini, Pak Haji Ismail lah selaku Pimpinan yang mengkoordinir sekaligus menjadi pembicara pada saat promosi dalam bentuk seminar dilaksanakan. Kurangnya SDM di HPAIC dapat

¹³² Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 15.05 WIB di kantor HPAIC.

¹³³ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.31 WIB, via *Whats App*.

sebagai pemicu program Gempur POC Radix di 50 kota belum terlaksana dengan maksimal, sehingga target pendapatan juga belum dicapai.

Bagaimanapun juga dalam suatu program, koordinasi yang baik sangat diperlukan. Program Gempur POC Radix 2019 merupakan program besar yang cukup cepat pelaksanaannya yakni hanya dalam kurun waktu 2 bulan, dengan target 50 kota, namun terealisasikan hanya di 25 kota. Penambahan SDM dalam pengorganisasian dirasa perlu untuk memperbaiki tatanan tugas-tugas yang diberikan, terutama yang bersangkutan dengan program kegiatan yang diadakan dalam rangka mencapai target.

Pengendalian promosi yang dilakukan oleh HPAIC pada periode berikutnya, yaitu kembali memfokuskan pada Program Gempur POC Radix 2020 di perencanaan selanjutnya. Hal ini dikatakan oleh Pak Agus, beliau mengatakan:

“Iya kita itu ada namanya ada program gempur radix POC. Ya itu memang untuk keliling seluruh Indonesia itu. Bahkan di Malaysia pun juga. Kita akan fokuskan lagi 2020 disitu.”¹³⁴

Hal demikian juga dikatakan oleh Bu Sari:

“..untuk saat ini kita masih fokus ya dengan gempur POC Radixku. Apalagi sekarang dengan meluasnya virus corona berarti produk kopi Radix tetap menjadi andalan yah. Jadi melalui acara-acara yang diadakan dari gempur POC Radixku yang diselenggarakan oleh kantor-kantor cabang di setiap provinsi ataupun wilayah seperti kabupaten ataupun kota yang ada di Indonesia itu semoga tetap terlaksana.”¹³⁵

¹³⁴ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.29 WIB di kantor HPAIC.

¹³⁵ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 15.08 WIB di kantor HPAIC.

Berdasarkan hasil pencarian peneliti di internet, informasi terkait program ini sudah bisa diakses melalui web dari HPA *International* (gpr2020.hpainternational.id).¹³⁶

Kesimpulan yang dapat ditarik pada pengendalian promosi yaitu di tahun 2020 tetap fokus pada programnya, yakni akan adanya perbaikan dari program Gempur POC Radix 2020.

4. Pengendalian Tempat

Pengendalian tempat juga sangat diperlukan, karena tempat merupakan penunjang kegiatan langsung antara penjual dan pembeli untuk berinteraksi. Pengendalian disini dipastikan bahwa tempat yang digunakan untuk jual beli dilakukan dengan cara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi.

Dijelaskan pada bagian pengorganisasian tempat, bahwa kegiatan jual beli produk HPA dilakukan secara langsung (*offline*) ataupun tidak langsung (*online*).

Sebelum berdirinya PT HPAIC dan Agen Stokis Pak Haji, Pak Haji Ismail selaku Pimpinan telah melakukan seminar di area kantor tersebut, karena dirasa untuk memperluas ekspansi produknya memiliki peluang. Pak Agus mengatakan:

“Jadi daerah Merapi ini memang sudah sangat dikenal ya akan tumbuhan-tumbuhan, kekayaan alamnya. Maka dari itu alasan Pak Haji mendirikan HPAIC ini, kemudian pondok, dilanjut masjid juga fungsinya sebagai memperluas jaringan pemasaran. Apalagi untuk produksi kopi ya, disini memang sangat dekat dengan bahan bakunya.”¹³⁷

¹³⁶ <https://gpr2020.hpainternational.id/>

¹³⁷ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.31 WIB di kantor HPAIC.

Perluasan jaringan pemasaran dengan berdirinya HPAIC dari Pak Haji Ismail juga dikatakan oleh Bu Sari, bahwasanya terkait tempat jual beli memang dirasa cukup efektif dan efisien. Bu Sari mengatakan:

“..Pak Haji memang ya sangat antusias untuk meningkatkan perekonomian warga disini, segala sumberdaya dimanfaatkan secara maksimal. Di fasilitasi sebaik mungkin. Untuk jual beli produk bisa datang langsung kesini ataupun lewat *online*. Karena akun kita sudah diatur bisnis, jadi otomatis. Tidak perlu bertemu langsung tapi barang datang. Atau lewat orang terdekat, anggota MLM kami tersebar dimana-mana, mereka sudah kami beri arahan bagaimana jual belinya, bonusnya. Jadi ya memang memanfaatkan sumber daya yang ada kalau tempat jual beli, begitu yah.”¹³⁸

Sedangkan pengendalian tempat untuk anggota MLM Syariah selain melalui seminar, jual beli produk HPA juga dapat dilakukan melalui sistem di web resmi HPAIC (hpainternational.id). Setiap anggota MLM Syariah diberikan nomor ID yang nantinya digunakan untuk belanja, Mbak Riya mengatakan:

“..kan kalau member dapat nomor ID, jadi nomor ID saya setiap produk yang saya jual itu saya dapat poin dan poinnya itu masuk ke akun ID kaya gitu..”¹³⁹

Hal demikian juga dikatan oleh Mas Dodi:

“Yang pasti setiap kita beli barang atau beli produk nah itu kan ada tuh kartu *member* kita, nomor ID kita. Dan itu ada laporannya tiap bulan, dan itu bukan kita yang ngrekap dari sistem gitu. Jadi intinya kalau kita ada

¹³⁸ Wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC), tanggal 16 Maret 2020 pukul 15.11 WIB di kantor HPAIC.

¹³⁹ Wawancara dengan Mbak Riya (Anggota MLM Syariah), tanggal 18 April 2020 pukul 08.37 WIB, via *Whats App*.

kartu *member* itu ya ada list harga untuk kita ya. Dan apabila kita capai target penjualan, kita bisa dapat bonus itu..”¹⁴⁰

Jadi dari nomor ID tersebut bukan hanya digunakan untuk berbelanja saja, tetapi poin bonus juga bisa langsung didapatkan dari belanja produk yang dilakukan oleh anggota MLM. Terkait poin bonus ini, Pak Agus mengatakan:

“..nanti anggota kami daftarkan ke sistem dan setelah itu mendapatkan nomor ID. Nah dengan nomor ID itu lah bisa belanja produk kami. Otomatis dari hasil pembelanjaan itu dapat poin. Poinnya nanti masuk ke dimana, misalkan ketika saya mengakses dengan ID saya, maka masuk poin yang di dapatkan dari belanja itu. Jadi keluar poin yang di dapatkan berapa, total belanjanya berapa.”¹⁴¹

Dengan adanya nomor ID, bukan hanya dijadikan sebagai tempat jual beli antara pihak HPAIC dengan anggota MLM Syariah, melainkan juga sebagai tempat poin bonus masuk yang nantinya dari bonus tersebut bisa dicairkan dengan uang. Dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulan terkait pengendalian tempat bahwasanya:

- a. Letak HPAIC sebagai tempat kegiatan distribusicukup strategis.
- b. Jual beli untuk anggota MLM Syariah dengan pihak HPAIC dapat dilakukan melalui pembelian *online*, dengan menggunakan nomor ID, maka poin bonus langsung didapat ketika anggota berbelanja produk.

¹⁴⁰ Wawancara dengan Mas Dodi (Anggota MLM Syariah), tanggal 22 April 2020 pukul 09.10 WIB, via *Whats App*.

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak Agus (Manajer Operasional HPAIC), tanggal 2 Maret 2020 pukul 10.34 WIB di kantor HPAIC.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di PT Herba Penawar Al Wahida *International Center* dan anggota MLM Syariah, dapat disimpulkan bahwa implementasi fungsi manajemen dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian pada 4P berjalan cukup baik, namun beberapa mengalami kendala yakni pada pengorganisasian produk, yaitu belum semua produk yang beredar telah berBPOM. Dan tujuan Gempur POC Radix 2019 yang belum tercapai, dikarenakan pengorganisasian promosi kurang terkoordinir dengan maksimal. Berikut ini secara garis besar fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di PT HPAIC tahun 2019:

1. Perencanaan

- a. Perencanaan produk yang diperjual belikan yaitu produk herba dengan sistem MLM Syariah. Bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kepentingan sosial umat muslim. Perencanaan dalam jangka pendek yaitu pendapatan 30 milyar pada tahun 2019.
- b. Perencanaan harga ditentukan oleh Pimpinan HPAIC dengan harga yang standar di setiap produknya.

- c. Perencanaan promosi dilakukan dengan cara pengadaan seminar rutin setiap bulan dan seminar program Gempur POC Radix 2019 untuk merekrut anggota MLM Syariah dan memasarkan produknya.
- d. Perencanaan tempat untuk jual beli produk, yaitu PT HPAIC berperan sebagai distributor produk-produk dari HPA disertai dengan perluasan ekspansi yang ada di HPAIC.

2. Pengorganisasian

- a. Pengorganisasian produk yakni melalui tahapan GMP, DSN MUI yang dikoordinir oleh Pimpinan, dan proses pengurusan izin edar dari BPOM yang dikoordinir oleh Koordinasi Admin.
- b. Pengorganisasian harga yakni harga produk di tetapkan oleh pimpinan dengan ketentuan anggota MLM Syariah mendapatkan potongan pada saat belanja produk.
- c. Pengorganisasian promosi pada program Gempur POC Radix dikoordinir oleh Wakil Direktur. Sedangkan penyuluhan dari lingkungan sekitar terkait program Gempur POC Radix dilakukan oleh bagian internal HPAIC, Manajer Operasional dan Koordinasi Admin.
- d. Pengorganisasian tempat pada pembelian produk *offline* dapat melalui Agen Stokis atau anggota MLM Syariah. Secara *online* melalui web resmi HPA dengan *server* otomatis.

3. Penggerakan

- a. Penggerakan produk yakni Pimpinan HPAIC mengarahkan para karyawannya untuk senantiasa menjaga prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan produknya. Dan tahun 2019 produk HPA sudah mendapatkan izin edar produk sebanyak 14 jenis produk dari 107 jenis produk.
- b. Penggerakan harga, HPAIC memberikan harga yang berbeda antara konsumen biasa dengan anggota MLM Syariah, yakni bagi anggota MLM Syariah yang berbelanja membeli produk mendapat potongan harga kisaran 20% - 30% pada setiap itemnya.
- c. Penggerakan promosi yang dilakukan oleh Pimpinan HPAIC yakni memberikan pelatihan dan pengobatan kepada anggota MLM Syariah. Dan memotivasi anggota MLM Syariah untuk berwirausaha.
- d. Penggerakan tempat, pelaksanaan program Gempur POC Radix 2019 dilaksanakan di 25 kota, yang awalnya pada poin perencanaan di targetkan di 50 kota. Pelaksanaan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu 2 bulan.

4. Pengendalian

- a. Pengendalian produk yang dilakukan yakni melalui laporan rekap yang diserahkan oleh HPAIC kepada pimpinan. Dengan laporan rekap tersebut, maka pimpinan mengetahui perkembangan dari produknya.

- b. Pengendalian harga produk-produk yang di distribusikan dalam kondisi harga yang stabil sejak tahun 2017.
- c. Pengendalian promosi, kembali melakukan penyusunan promosi untuk target program Gempur POC Radix 2020 dalam rangka mencapai target perusahaan.
- d. Pengendalian tempat yakni letak HPAIC sebagai tempat kegiatan distribusi cukup strategis dan jual beli. Pembelian dapat dilakukan secara *online* ataupun *offline* melalui Agen Stokis HPAIC ataupun anggota MLM Syariah.

B. Saran

Dari penelitian tersebut, kiranya ada sedikit saran dan masukan untuk PT Herba Penawar Al Wahida *International Center* dan peneliti selanjutnya.

1. PT Herba Penawar Al Wahida *International Center*

PT HPAIC sebaiknya menambah jumlah SDM yang profesional dan sesuai bidangnya, agar segala tatanan kegiatan ataupun program yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

Pimpinan HPAIC lebih memperhatikan 4P yang mencakup *product*, *promotion*, *price*, *place* (produk, promosi, harga, tempat). Terutama pada produk yang beredar, dimana semua produk belum mendapatkan izin BPOM, sebagai antisipasi agar tidak ada produk tiruan dari oknum yang tidak bertanggungjawab.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan tetap meneliti program Gempur POC Radix di tahun berikutnya ataupun program lain dari HPAIC.

Peneliti diharapkan meneliti implementasi sistem bagi hasil yang ada di HPAIC ataupun hal lain yang berkaitan dengan MLM Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cetakan ke III, Jakarta: Amzah, 2015.
- Andrias Harefa, *Pesona Bisnis Dirrect Selling dan MLM*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Danang Sugianto, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4464930/cara-bedakan-mlm-halal-dan-haram/3>, diakses pada Selasa 12 Maret 2019 16:31 WIB.
- Djaman Satori dan Aan Komarian, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Hasibun, *Manajemen*, Cet III, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Hazliansyah, <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/orb3uo280>, diakses Sabtu 10 Juni 2017 07:54 WIB.
- Lilis Puspitawati, *Sistem Informasi Akuntansi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Mamduh Hanafi, *Manajemen*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013
- Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 1985
- Mardi, *Sistem Informasi Akuntansi*, Bogor: Ghalia Indonesia 2011.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi*, Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng. 2017.
- Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, Cet 4, Bandung: Alfabeta, 2011.

<https://hpainternational.id/>

<https://dsnmui.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>

<http://digilib.uin-suka.ac.id/>

<https://quran.kemenag.go.id/>

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9684/>

<http://repo.iaintulungagung.ac.id/4659/1/MLM%20Syariah%20B.Nur%20Aini%201.pdf>

