



PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA BC(*BUSINESS CENTER*) HNI-HPAI (HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWARAL WAHIDA INDONESIA) KEPADA KONSUMEN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Bidang Bimbingan Konseling Islam*

Oleh

RANI ELVANI TAMBUNAN
NIM. 15 30 200053

PROGRAM STUDI BIMBINGAN KONSELING ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2021



PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA BC (*BUSINESS CENTER*) HNI-HPAI (HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWARAL WAHIDA INDONESIA) KEPADA KONSUMEN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Bidang Bimbingan Konseling Islam

Oleh

RANI ELVANI TAMBUNAN
NIM. 15 302 00053

PROGRAM STUDI BIMBINGAN KONSELING ISLAM

PEMBIMBING I

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261995032001

PEMBIMBING II

Maslina Daulay, MA
NIP. 197605102003122003

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2021



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi
An. **Rani Elvani Tambunan**
lampiran : 7 (Tujuh) Exemplar

Padangsidimpuan, Maret 2021
Kepada Yth:
Bapak Dekan FDIK
IAIN Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Rani Elvani Tambunan** yang berjudul: *"Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (Business Center) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al-Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidimpuan"* maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Bimbingan Konseling Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP.196905261995032001

PEMBIMBING II

Maslina Daulay, MA
NIP.197605102003122003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rani Elvani Tambunan
NIM : 15 302 00053
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi / BKI
JudulSkripsi : **PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA BC
(BUSINESS CENTER) HNI-HPAI (HALAL
NETWORK INTERNATIONAL HERBA
PENAWAR AL-WAHIDA INDONESIA)
KEPADA KONSUMEN DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

Menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 05 Januari 2021

Saya yang menyatakan,



Rani Elvani Tambunan
NIM. 15 302 00053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihatang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rani Elvani Tambunan
Nim : 15 302 00053
Jurusan : Bimbingan Konseling Islam
Fakultas : FDIK
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (Business Center) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan**. Serta Perangkat Yang Ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, 05 Januari 2021
Saya yang Menyatakan




RANI ELVANI TAMBUNAN
NIM. 15 302 00053



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang, Padangsidempuan, 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : Rani Elvani Tambunan
NIM : 15 302 000 53
JUDUL SKRIPSI : Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al-Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan

Ketua

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
NIP.196308211993031003

Sekretaris

Maslina Daulay, MA
NIP.197605102003122003

Anggota

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
NIP.196308211993031003

Maslina Daulay, MA
NIP.197605102003122003

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP:196905261995032001

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP: 196511021991031001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidempuan
Tanggal : 10 Maret 2021
Pukul : 13.30 Wib s/d. Selesai
Hasil/Nilai : 83(B+)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3.3
Predikat : (Sangat Memuaskan)



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jln.H.T.RizalNurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan, 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: **293 /In.14/F.4c/PP.00.9/03/2021**

Nama : RANI ELVANI TAMBUNAN
NIM : 15 302 000 53
Program Studi : Bimbingan Konseling Islam
Judul Skripsi : **PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA BC (*BUSINESS CENTER*) HNI-HPAI (HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR AL-WAHIDA INDONESIA) KEPADA KONSUMEN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

Telah diterima untuk memenuhi salah satu tugas

Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)



Padangsidimpuan, Maret 2021

Dekan

Dr. Ali Sati, M.Ag

NIP.196209261993031001

ABSTRAK

Nama : Rani Elvani Tambunan
Nim : 1530200053
Fakultas/Jurusan : FDIK/BKI-2
Judul skripsi : **Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan**

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah Perusahaan Halal Network International Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HNI-HPAI) merupakan salah satu perusahaan yang fokus pada pemasaran produk-produk halal dengan pola bisnis dengan sistem MLM (*Multi Level Marketing*). Perusahaan MLM adalah perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang berjenjang, yang dibangun secara permanen dengan memposisikan konsumen sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Menyadari akan pentingnya konsumen dalam menentukan kesuksesan suatu usaha maka Herba Penawar Alwahida Indonesia sebagai salah satu industri produk herbal kesehatan menggunakan strategi pemberian motivasi kepada konsumen supaya usahanya tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Rumusan masalah adalah jenis pemberian motivasi yang diberikan BC Padangsidempuan kepada konsumen, dan pelaksanaan pemberian motivasi yang dilakukan oleh kepala BC HNI-HPAI kepada konsumen di kota Padangsidempuan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Instrumen data yang dipakai adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah kepala BC (*Business Center*), DC (*Distribution Center*), stokis, dan konsumen biasa HNI-HPAI di Padangsidempuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al Wahida Indonesia) mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk HPAI. Jenis-jenis pemberian motivasi yang dilakukan oleh BC berupa motivasi ekstrinsik yaitu untuk menggunakan produk halalan tayyiban, untuk memperoleh kesehatan, pendapatan, pemberian bonus, diskon, royalti serta promo telah terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, dan Motivasi yang dilakukan oleh para mitra dengan melakukan motivasi berdasarkan prinsip syariah dengan mengedepankan nilai Islam mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk HNI-HPAI.

Kata Kunci : *Pemberian Motivasi, Konsumen*

KATA PENGANTAR



Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di IAIN Padangsidempuan. Shalawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan kita semua.

Untuk mengakhiri perkuliahan di IAIN Padangsidempuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar sarjana. Skripsi ini berjudul: **PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA BC (BUSINESS CENTER) HNI-HPAI (HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR AL WAHIDA INDONESIA) KEPADA KONSUMEN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

Dalam menyusun skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik yang bersifat material maupun imaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak wakil Rektor I, Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. Anhar, M.A, dan Wakil Rektor III Dr. Sumper Mulia Harahap, M.A.
2. Bapak Dr. Ali Sati, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Mohd Rafiq, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sholeh Fikri MA selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Maslina Daulay, M.A selaku KaProdi Bimbingan Konseling Islam IAIN Padangsidempuan. Dan juga selaku Penasehat Akademik penulis,

yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingannya selama perkuliahan.

4. Ibu pembimbing I Dra. Hj. Replita, M.Si dan Ibu pembimbing II Maslina Daulay M.A yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahannya, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Sukerman S.Ag selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta stafnya yang telah memberikan banyak motivasi akademik yang memuaskan demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam hal mengadakan buku-buku penunjang skripsi.
7. Kepada semua keluarga saya tercinta, terima kasih untuk segenap kasih sayang, motivasi serta kesabarannya dalam mendidik serta sehingga menjadi diriku seperti saat ini. serta tak lupa kepada ketiga adik saya Rahma Dita Tambunan, Ayu Safitri Tambunan, Ian Kasanova Tambunan.
8. Kepada teman-teman seperjuangan, Bimbingan konseling Islam Angkatan 2015 yang telah mendukung dan memotivasi saya untuk terus menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Teristimewa buat Alm. Ayah tersayang (Hisar Tambunan) dan Ibu tercinta (Ida Hannum Siregar), yang telah memberikan perhatian, kasih sayang serta dukungan, baik moril dan material tanpa mengenal lelah sejak dilahirkan sampai sekarang dan selalu sabar memotivasi serta jadi motivator terhebat bagi penulis. Semoga Ayah dan Ibu dalam lindungan Allah SWT.

Akhirnya kepada Allah SWT juallah penulis serahkan segalanya serta memanjatkan do'a semoga amal kebaikan mereka diterima di sisi-Nya, serta diberikan pahala yang berlipat ganda sesuai dengan amal

perbuatannya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga masih perlu dibenahi dan dikembangkan lebih lanjut.

Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Padangsidempuan, Maret 2020
Penulis

RANI ELVANI TAMBUNAN
NIM. 15 302 00053

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Batasan Istilah	8
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Motivasi.....	12
2. Tujuan motivasi.....	13
3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi	15
4. Teori motivasi	16
5. Pengertian Konsumen	18
6. Motivasi Konsumen	20
7. Cara Pemberian Motivasi oleh Pimpinan.....	24
8. Hambatan dalam Memotivasi Konsumen	25
9. Membangun dan Mempertahankan Hubungan Baik dengan Konsumen	26
B. Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Informan Penelitian	31

D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	35
G. Teknik Keabsahan Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum.....	38
1. Sejarah <i>BusinessCenter</i> (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan	38
2. Motto	39
3. Visi & Misi	39
4. Struktur organisasi <i>BusinessCenter</i> (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan	40
B. Temuan Khusus.....	45
1. Jenis-jenis motivasi yang diberikan oleh BC (<i>BusinessCenter</i>) HNI-HPAI Padangsidimpuan.....	45
2. Kegiatan pemberian Motivasi oleh kepalaBC (<i>BusinessCenter</i>) HNI-HPAI Padangsidimpuan	63
C. Analisis Hasil Penelitian	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Macam-Macam Produk HNI-HPAI

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Multilevel Marketing
Gambar 3.1 Proses Analisa Data
Gambar 4.1 Contoh Aplikasi AVO untuk Agen HNI-HPAI
Gambar 4.2 Contoh Bonus dari Perusahaan dan Statistik Perkembangan Personal Agen HNI HPAI
Gambar 4.3 Wawancara dengan Kepala BC HNI-HPAI Padangsidempuan
Gambar 4.5 Grup WA HNI-HPAI Padangsidempuan
Gambar 4.6 Aplikasi Resep Herba HNI-HPAI Dasar

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aturan hukum tentang ekonomi banyak terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah yang bertujuan agar manusia berada di jalan yang lurus. Dalam pandangan Islam, ekonomi merupakan tuntutan kehidupan dan memiliki nilai ibadah. Untuk itu Allah memerintahkan kepada umatnya untuk melakukan usaha yang produktif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹ Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dilakukan adalah bisnis dengan sistem MLM (*Multi Level Marketing*) yang merupakan salah satu cabang dari *direct selling* (Penjualan langsung).

Perusahaan MLM adalah perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran moderen melalui jaringan distribusi yang berjenjang, yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. MLM ini disebut juga sebagai *networkingmarketing*.² Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.

Sistem marketing MLM yang lahir pada tahun 1939 merupakan kreasi dan inovasi marketing yang melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan

¹Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Garfika, cet. Ke-3, 2004), hlm.3.

²Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, (Jakarta : Kencana, cet. Ke-2, 2006), hlm.187.

usaha pemasaran dengan tujuan agar masyarakat konsumen dapat menikmati bukan hanya manfaat produk tetapi juga manfaat finansial dalam bentuk insentif seperti bonus. MLM memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung sekaligus sebagai konsumen.³ Salah satu perusahaan yang memasarkan produk herbal kesehatan dengan sistem MLM adalah PT Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI).

Perusahaan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) adalah perusahaan MLM asal Malaysia yang berkembang di Indonesia dengan mengusung citra dan prinsip Islam dalam proses operasionalnya. Seperti perusahaan yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) pada umumnya, perusahaan ini menerapkan sistem bonus yang menitikberatkan terhadap kisaran kuantitas penjualan yang telah dicapai oleh para agen atau member.

Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) dibangun dari perjuangan panjang seorang usahawan yang bernama H. Ismail berkebangsaan Malaysia pada Tahun 1987. Tujuan pendirian perusahaan adalah untuk memasarkan produk-produk halal yang berazaskan Thibbunnabawi dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam melalui *entrepreneurship*. Motto dari perusahaan HPA adalah “Produk Halal Tanggung Jawab Bersama”. Perusahaan HPA yang berpusat di Malaysia serta memiliki beberapa ladang

³Ade Surya Dwi Putra, “Komunikasi Persuasif PT Herba Penawar Alwahida (HPAI) Dalam Membangun Jaringan Di Kota Pekanbaru”, dalam *Jurnal JOM FISIP*, Volume 5 No.1, April 2018

sumber bahan baku dan beberapa pabrik pengolahan herbal. Pada Tahun 1999, HPA mendapat pengakuan dari WHO (Badan Kesehatan Dunia) berupa Sertifikat *Good Manufacturing Product* (GMP).⁴ Sertifikat ini menjadi bukti akan keunggulan produk HPA dan diterima di lebih dari 30 negara di dunia.

Bagi seorang Muslim, halal haram merupakan sesuatu yang sangat penting, bukan hanya memperhatikan apakah produk yang akan dikonsumsi terdapat label "halal" dari lembaga MUI, tetapi juga oleh penelitian lanjut, halal haram merupakan urusan seseorang dengan Allah SWT secara langsung yang akan berdampak saat di dunia sampai akhirat kelak.⁵

Allah swt berfirman dalam surah Al-maidah ayat 88 yaitu:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ (٨٨)

*Artinya: "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya."*⁶

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwasanya memilih makanan yang halal dan baik sangat penting karena di ujung ayat disandingkan dengan ketakwaan dan keimanan kepada Allah SWT, makanan yang masuk ke dalam rongga mulut manusia berpengaruh besar kepada tubuh dan jiwa.

Herbal Penawar Al-wahida Indonesia merupakan perusahaan yang hadir sebagai solusi untuk mempopori kebangkitan pasar umat Islam masa

⁴<http://www.hpaindonesia.net>, di unduh 16 September 2019 Pukul: 10.00 WIB.

⁵Kelompok Kerja CELLS HPAI, *Diktat KHT Dasar*,(penerbit CELLS HPAI, 2016), hlm.11.

⁶Kementerian Agama RI, *AlQur'an dan Terjemah : Asbabun Nuzul dan Tafsir Bil Hadis*, (Bandung : Nur Alam Semesta, 2013, hlm.122.

kini, dengan menyediakan produk–produk herba yang halal dan berkualitas (*thayyib*), di tengah kondisi banyaknya pilihan obat-obat di masyarakat. Produk–produk yang disediakan (HPAI) Herba Penawar Al-Wahida Indonesia juga merupakan solusi dari berbagai kebutuhan umat Islam.⁷Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) mempunyai dasar-dasar thibunnabawi/kedokteran Islam,yaitu menggabungkan metode pengobatan herba yang dilakukan oleh Rasulullah dan para sahabat dengan metode pengobatan tradisi herbal melayu nusantara.

Data Tahun 2016 mencatat bahwa Perusahaan HPAI masih telah memiliki 114 Kantor Cabang/ *Business Center* (BC) pada berbagai wilayah di Indonesia, sedangkan pada Tahun 2019 tercatat sebanyak 218 BC di seluruh Indonesia, sebelas diantaranya terdapat di Provinsi Sumatera Utara.⁸ Khusus untuk *Business Center* wilayah Kota Padangsidempuan, beralamat di Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Sadabuan, Padangsidempuan.⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu mitra HPAI mengatakan “Kegiatan pemasaran dan pengenalan HPAI tidak terlepas dari hambatan, seperti opini negatif dalam masyarakat terhadap bisnis MLM yang dianggap sebuah rintangan bagi mitra untuk mengenalkan citra halal,

⁷Kelompok kerja CELLS HPAI, *Diktat KHT Dasar*, (Penerbit CELLS HPAI, 2016), hlm.14.

⁸<http://www.herbalismart.com>, di unduh 10 Oktober 2019 Pukul: 21.00 WIB.

⁹PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Buku Panduan Sukses HPAI*, (Jakarta: 2015) hlm.25.

pengenalan terhadap produk herba masih sangat minim, dan juga persaingan terhadap produk sejenis lainnya”¹⁰

Menyadari akan pentingnya konsumen dalam menentukan kesuksesan suatu usaha maka Herba Penawar Alwahida Indonesia sebagai salah satu industri produk herbal kesehatan menggunakan strategi pemasaran yang ada dengan semaksimal mungkin dalam usaha untuk menciptakan kepercayaan konsumen terhadap produk dengan nilai yang dirasakan pelanggan ketika mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan khususnya produk herbal kesehatan yang menjadi produk utama dari perusahaan agar usahanya tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen pecinta produk kesehatan.

Berdasarkan hasil observasi sementara peneliti di kantor cabang (*Business Center*) HNI-HPAI Padangsidimpuan, peneliti melihat bahwa ada beberapa bentuk masalah yaitu:¹¹ *Pertama*, karena produk HPAI masih baru di kalangan masyarakat sehingga informasi tentang produk belum tersebar luas terkhusus di kota Padangsidimpuan. *Kedua*, strategi pemasaran belum membuahkan hasil yang positif bagi konsumen, diantaranya masalah harga yang relative mahal bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah, dan juga kurangnya promosi penjualan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al-wahida Indonesia) kepada konsumen di Kota Padangsidimpuan.”

¹⁰Wawancara dengan Nurul Fathih (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan pada tanggal 21 Februari 2020 Pukul 14.10 WIB

¹¹Wawancara dengan Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) Padangsidimpuan pada 24 Februari 2020

B. Fokus Masalah

Adapun fokus masalah dalam penelitian ini adalah Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan. Dalam penelitian ini juga dibatasi untuk Konsumen produk HNI-HPAI di kota padangsidempuan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa sajakah pemberian motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan?
2. Bagaimana pemberian motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI(Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui jenis pemberian motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui proses pemberian motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Segi Praktis

- a. Agar mengetahui lebih jelas tentang masalah yang diteliti tentang pemberian motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) Kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan.
- b. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang masalah yang diteliti di BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) Kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

2. Segi Teoritis

Sebagai bahan kajian bagi peneliti lain yang berminat untuk meneliti pemberian motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) Kepada Konsumen di Kota Padangsidempuan.

F. Batasan Istilah

Guna menghindari kesalahpahaman dan keraguan terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam proposal ini, maka penulis merasa perlu memberikan penjelasan-penjelasan istilah sebagai berikut:

1. Pemberian motivasi

Pemberian adalah sesuatu yang diberikan atau sesuatu yang didapat dari orang lain (karena diberi).¹² Motivasi berasal dari bahasa latin, *Movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak.¹³ Motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.¹⁴ Pemberian motivasi yang dimaksud disini adalah pemberian nasehat, pemberian motivasi, cerita, dan praktek yang mana salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan adalah kuliah herba thibbunnabawi (KHT), *home sharing*, dan berbagai pelatihan ketrampilan yang dilaksanakan di BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) untuk mendorong gairah mitra/agenstok agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan yaitu mengenalkan produk herbal kesehatan dari HPAI.

¹²Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka,1999),hlm.218.

¹³Melayu S.P, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 216.

¹⁴W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1998) hlm.283.

2. Kepala cabang BC (*Business Center*)

Kepala cabang BC (*Business Center*) merupakan posisi terakhir dalam struktur jabatan dalam perusahaan yang bertanggung jawab membawahi bidang tugas masing-masing.¹⁵ Kepala cabang ini memiliki tugas dan tanggung jawab menjalankan semua kebijakan, prosedur, dan aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan pusat. Kepala cabang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepala cabang toko HPAI atau sering disebut sebagai kepala *Business Center* (BC) HPAI yang berada di daerah kota Padangsidempuan.

3. HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia)

HNI-HPAI merupakan perusahaan Halal *Network* di Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal halal dan berkualitas yang terjaga. HPAI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah dan ilahiahnya.¹⁶ HPAI berfokus pada produk-produk herbal yang menjual produk obat-obatan herbal, makanan dan minuman kesehatan, serta produk kosmetik dan perawatan diri yang terjamin halalnya. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi pada satu kantor cabang HNI-HPAI yang berada di kota Padangsidempuan yaitu BC

¹⁵<https://Salamadian.Com/Struktur-Organisasi/> Diakses pada tanggal 15 Maret 2019 pukul 21.26 wib

¹⁶PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Buku Panduan Sukses HPAI*, (Jakarta: 2015) hlm.10.

(*Business Center*) HNI-HPAI yang beralamat di Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidempuan.

4. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai [barang](#) dan/atau [jasa](#) yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁷ Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu anggota/agenstok yang menggunakan atau memakai produk dari HNI-HPAI dan memiliki tingkat kepangkatan stokis yang berada di daerah kota Padangsidempuan.

¹⁷W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998) hlm.590.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian pustaka dari penelitian. Sesuai dengan judul maka pembahasan pada bab ini berisi: pengertian motivasi, pengertian kepala BC (*Business Center*), pengertian konsumen, pengertian HNI-HPAI (*Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia*).

Bab III Metodologi Penelitian meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian dan pendekatan penelitian, informan penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik uji keabsahan data.

Bab IV adalah hasil penelitian yaitu deskripsi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V adalah penutup yaitu terdiri dari kesimpulan dan saran-saran, kemudian diakhiri daftar pustaka.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin, *Movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak.¹⁸ Motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.¹⁹ Jadi motivasi adalah keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku kearah tujuan.

“Menurut CP.Chaplin dalam buku karangan Amini Motivasi adalah suatu variabel penyelang (yang ikut campur tangan) yang digunakan untuk menimbulkan faktor-faktor tertentu di dalam organisme, yang membangkitkan mengelola, mempertahankan, dan menyalurkan tingkah laku menuju suatu sasaran.”²⁰

Menurut Sudarwan Danim menyatakan bahwa Motivasi adalah sebagai setiap kekuatan yang muncul dari dalam diri individu untuk mencapai tujuan atau keuntungan tertentu di lingkungan dunia kerja kehidupan pada umumnya.²¹

“Menurut Hamalik, motivasi mendorong timbulnya kelakuan dan mempengaruhi serta mengubah kelakuan. Jadi fungsi motivasi meliputi:

- a. Mendorong timbulnya kelakuan
- b. Motivasi berfungsi sebagai pengarah
- c. Motivasi berfungsi sebagai penggerak”²²

¹⁸Melayu S.P, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 216.

¹⁹W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1998) hlm.283.

²⁰Amini, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Cita Pustaka,2004) hlm.62

²¹Sudarwan Danim, *Motivasi, Kepemimpinan Dan Efektivitas Kelompok* (Jakarta: Rineka Cipta,2012), hlm.15.

²²Hamalik, *Proses Belajar Mengajar* (Jakarta: PT Bumi Aksara,2004) hlm.158.

Setiadi mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi dalam diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan.

Berdasarkan pernyataan di atas, Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu untuk melakukan sesuatu keinginan atau usaha demi mencapai suatu usaha.

2. Tujuan Motivasi

Pada dasarnya tingkah laku manusia itu bersifat majemuk. Karena dalam tujuannya sering kali tidak hanya satu. Tujuan menentukan seberapa aktif individu akan bertingkah laku.

Seperti yang sudah dijelaskan dalam surah Al maidah ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (٢)

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.²³

Maksud dari penggalan ayat diatas hendaknya sebagian dari kamu membantu sebagian yang lain dalam kebaikan. Kebajikan adalah nama yang mengumpulkan segala perbuatan, baik lahir maupun batin yang diridhoi Allah SWT. Setiap perbuatan baik yang diperintahkan untuk dikerjakan atau setiap

²³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Nur Alam Semesta,2013) hlm.106.

perbuatan buruk yang diperintahkan untuk di jauhi, maka seorang hamba diperintahkan untuk melaksanakannya sendiri dan dengan bantuan dari orang lain dari kalangan saudara-saudaranya yang beriman.

Sudah menjadi tugas pimpinan BC untuk dapat memberikan motivasi kepada mitranya agar dapat bekerja sesuai dengan pengarahan yang diberikan. Dimana dalam menjalankan suatu pekerjaan kita harus saling tolong-menolong dengan cara membina mitra yang menjadi agen dibawah jaringan kita. Oleh sebab itu pengetahuan tentang motivasi perlu diketahui oleh setiap pimpinan, dan setiap orang yang bekerja dengan orang lain.

Tujuan dari HNI-HPAI adalah untuk memasarkan produk-produk halal yang berazaskan thibbunnabawi dalam rangka membumikan, memajukan dan mengaktualisasikan ekonomi Islam melalui *entrepreneurship*. Motto dari perusahaan HNI-HPAI adalah produk halal tanggung jawab bersama. Umat muslim harus sadar akan pentingnya produk yang dikonsumsi pada saat ini, untuk itu Herbal Penawar Al-Wahidah Indonesia hadir sebagai solusi hidup sehat sesuai anjuran Rasulullah saw.²⁴

²⁴ PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Buku Panduan Sukses HPAI*, (Jakarta: 2015) hlm.25.

3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi

Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan motivasi kepada konsumen. Setiadi (2003) menyatakan bahwa pemberian motivasi terdiri atas:

a) Metode langsung (*direct motivation*)

Motivasi langsung adalah motivasi (*materiil* atau *nonmateriil*) yang diberikan secara langsung kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Metode ini bersifat khusus seperti bonus, tunjangan, penghargaan terhadap pelanggan, dan sebagainya.

b) Metode tidak langsung (*indirect motivation*)

Metode tidak langsung adalah motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian. Seperti pelayanan yang memuaskan, kualitas barang ditingkatkan, dan lain sebagainya.²⁵

Adapun bentuk motivasi yaitu:

a) Motivasi Positif (*Insentif Positif*)

Motivasi positif produsen tidak saja memberikan dalam bentuk sejumlah uang tapi juga bisa memotivasi dengan memberi hadiah, diskon, pelayanan yang optimum.

b) Motivasi Negatif (*Insentif Negative*)

Motivasi negatif produsen memotivasi konsumen dengan standart pembelian, maka mereka akan mendapatkan ganjaran. Dengan motivasi

²⁵Nugroho J. Setiadi., *Perilaku Konsumen, Op, Cit, hlm.37.*

negatif ini semangat konsumen dalam jangka waktu pendek akan meningkat untuk melaksanakan pembelian karena mereka mempunyai kepentingan terhadap kebutuhan tersebut.²⁶

4. Teori Motivasi

Motivasi mempunyai peranan yang sangat penting bagi setiap unsur pimpinan, untuk mencapai keefektifan motivasi, Pimpinan perlu memahami teori lalu mengintegrasikannya untuk mendapatkan suatu pemahaman yang lebih lengkap tentang cara memotivasi konsumen.

Abraham Maslow mengeluarkan teori motivasinya yang terkenal yaitu *Maslow's Hierarchy of Needs*. Dalam teori tersebut, Maslow memberikan lima motivasi utama seseorang melakukan sesuatu, dalam bentuk hirarki. Hirarki kebutuhan mengikuti teori jamak yakni seseorang berperilaku, karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. Kelima motivasi tersebut adalah:

- a) Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*), adalah kebutuhan dasar manusia, dimana kebutuhan tubuh manusia untuk bertahan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan jasmani, seperti lapar, haus, kebutuhan tempat tinggal dan kebutuhan istirahat.
- b) Kebutuhan Rasa Aman (*Safety Needs*), adalah kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Hal ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia misalnya keamanan dan proteksi.

²⁶*Ibid.*, hlm.37.

- c) *Kebutuhan Sosial (Social Needs)*, setelah kebutuhan dasar dan rasa aman terpenuhi, manusia membutuhkan rasa cinta dari orang lain, rasa memiliki dan dimiliki, dihormati serta diterima oleh orang-orang sekelilingnya. Inilah kebutuhan tingkat ketiga Maslow, yaitu kebutuhan sosial. Kebutuhan tersebut berdasarkan kepada perlunya manusia berhubungan langsung satu dengan yang lainnya.
- d) *Kebutuhan Ego (Esteem Needs)*, adalah kebutuhan keempat yaitu kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya seperti halnya kepuasan pribadi, pengakuan dan status.
- e) *Kebutuhan Aktualisasi Diri (Self-Actualization Needs)*, yaitu pengembangan pribadi dan realisasi. Keinginan dari seorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui, memahami, membentuk suatu sistem nilai, sehingga bisa mempengaruhi orang lain.²⁷

²⁷Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 28.

5. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (belanda).²⁸ Konsumen juga dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 ayat 2, konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.²⁹

Konsumen diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu (1) konsumen individu dan (2) konsumen organisasi. Konsumen individu adalah orang-orang atau individu yang membeli produk (barang, jasa atau ide) untuk dikonsumsi sendiri, bersama anggota keluarga, atau bersama teman-teman. Konsumen organisasi diartikan sebagai lembaga atau instansi yang membeli produk (barang, jasa atau ide) untuk diperjualbelikan atau untuk kepentingan instansi/lembaga tersebut.³⁰

Perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Perilaku konsumen terbagi ke dalam dua golongan yaitu:

- a. Perilaku yang tampak, seperti jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian.

²⁸Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm.22.

²⁹*Ibid.*, hlm.27.

³⁰Etta Mamang Sangadji & Sopiha, *Perilaku Konsumen pendekatan praktis disertai : himpunan jurnal penelitian*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2013), hlm.30.

- b. Perilaku yang tak nampak, misalnya persepsi, ingatan terhadap informasi, dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Para ahli telah memaparkan beberapa definisi yang beragam mengenai perilaku konsumen meskipun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Sciffman dan Kanuk, perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.³¹

Seperti halnya Engel, Blackwell dan Miniard mengartikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan yang dilakukan oleh konsumen.³²

Sedangkan menurut Kotler, perilaku konsumen adalah bidang ilmu yang mempelajari cara individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka.³³

³¹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.4.

³²Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hlm.2.

³³Philip Kotler & John Bowen, *Pemasaran, Perhotelan dan Kepariwisataaan* (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hlm.191.

6. Motivasi Konsumen

Setiadi mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi dalam diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan.³⁴

Motivasi konsumen adalah kebutuhan yang cukup mampu mendorong seseorang bertindak. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Motivasi yang ada pada seseorang (konsumen) akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Jadi motivasi bukanlah sesuatu yang dapat diamati, tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dalam diri orang tersebut, yang kita sebut motivasi.

Menurut Hizkia Elfran Mawey, indikator seseorang untuk membeli suatu produk yaitu:

- a) Harga produk
- b) Kualitas produk
- c) Ketersediaan barang
- d) Tren terhadap produk di lingkungan sosial³⁵

³⁴Nugroho J. Setiadi., *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, cet ke-4 2010), hlm.34.

³⁵Hizkia Elfran Mawey, "Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Rajawali Nusindo Cabang Manado", Vol.1 No.4, Desember 2013.

Motivasi yaitu keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Motivasi konsumen terbagi menjadi dua kelompok yaitu rasional motif dan emosional motif.

- a) Motivasi yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecendrungan yang akan dirasakan konsumen terhadap produk tersebut adalah sangat puas.
- b) Motivasi yang berdasarkan pada emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli produk tersebut dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang. Kecenderungan yang akan terlihat, konsumen tidak akan merasa puas terhadap produk yang telah dibeli karena produk tersebut hanya sesuai dengan keinginan konsumen dalam jangka pendek saja.³⁶

Motivasi menyangkut perilaku manusia dan merupakan sebuah unsur yang vital dalam manajemen. Motivasi dapat didefinisikan sebagai “membuat seseorang menyelesaikan pekerjaan dengan semangat.”³⁷ Motivasi berbeda-beda diantara orang-orang tergantung dari banyaknya faktor-faktor seperti kewibawaan, ambisi, pendidikan, dan umur.

Dalam memotivasi pimpinan hanya berdasarkan perkiraan-perkiraan mengenai kebutuhan dan atau keinginan-keinginan yang dapat merangsang keinginan konsumennya. Pimpinan dalam memotivasi ini harus menyadari

³⁶Nugroho J. Setiadi., *Op.Cit.*, hlm.35.

³⁷George R. Terry & Leslie w. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm.168.

bahwa orang akan mau bekerja keras dengan harapan, ia akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan-keinginannya dari hasil pekerjaannya. Setiap tindakan motivasi mempunyai tujuan, makin jelas tujuan yang diharapkan atau yang akan dicapai, maka semakin jelas pula bagaimana tindakan memotivasi itu dilakukan. Tindakan motivasi akan lebih dapat berhasil apabila tujuan jelas dan didasari oleh yang dimotivasi. Oleh karena itu setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan serta kepribadian orang yang akan dimotivasi.

Pada hakikatnya motivasi konsumen dan pengusaha berbeda karena adanya perbedaan kepentingan maka perlu diciptakan motivasi yang searah untuk mencapai tujuan bersama dalam rangka kelangsungan usaha dan ketenangan kerja, sehingga apa yang menjadi kehendak dan cita-cita kedua belah pihak dapat diwujudkan.³⁸ Motivasi secara sederhana dapat dirumuskan sebagai kondisi ataupun tindakan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan atau kegiatan semaksimal mungkin untuk berbuat dan memproduksi.

³⁸Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas Apa dan Bagaimana* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 138.

7. Sikap Konsumen

Sikap dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif atau pun negatif terhadap produk-produk tertentu. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap obyek yang dinilai. Sikap dan keyakinan merupakan daya yang kuat dan langsung mempengaruhi perilaku konsumen.

Menurut Simamora bahwa di dalam sikap terdapat 3 komponen yaitu:³⁹

- a) *Cognitive component*: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud objek adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek suatu produk maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan.
- b) *Affective component*: emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai.
- c) *Behavioral component*: merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan.

³⁹M. Afif Fathi Ramadhan, "Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ekolabel (Studi Pada Produk Pt Ultrajaya)", Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 57, No. 1, April 2018.

8. Cara Pemberian Motivasi oleh Pimpinan

Proses motivasi dapat dikatakan sebagai kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja, karena proses motivasi berhubungan erat dengan keberhasilan seseorang, organisasi, atau masyarakat di dalam mencapai tujuan-tujuannya.⁴⁰ Memotivasi seseorang itu sangat sulit, karena pimpinan sulit mengetahui kebutuhan dan keinginan yang diperlukan bawahan dari hasil pekerjaan itu. Menurut Melayu S. P. Hasibuan ada enam proses motivasi yaitu:

a) Tujuan

Dalam proses memotivasi perlu ditetapkan terlebih dahulu tujuan organisasi, kemudian bawahan di motivasi kearah tujuan tersebut.

b) Mengetahui kepentingan

Hal yang penting dalam proses motivasi adalah mengetahui keinginan konsumen dan tidak hanya melihat dari sudut kepentingan pemimpin atau perusahaan saja.

c) Komunikasi efektif

Dalam suatu proses motivasi harus dilakukan komunikasi yang baik dengan konsumen. Konsumen harus mengetahui apa yang akan diperolehnya dan syarat apa saja yang harus dipenuhi.

⁴⁰Malayu Hasibuan, SP, *Op, Cit.*, hlm.147.

d) Integrasi tujuan

Proses motivasi perlu untuk menyatukan tujuan organisasi dan tujuan kepentingan konsumen. Tujuan organisasi adalah *need complex*, yaitu untuk memperoleh laba serta perluasan perusahaan, sedangkan tujuan individu adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Jadi, tujuan organisasi dan tujuan konsumen harus disatukan dan untuk itu penting adanya penyesuaian motivasi.

e) Tim (*team work*)

Perusahaan harus membentuk *team work* yang terorganisasi dengan baik, untuk tujuan perusahaan. Kerja tim ini sangat penting karena dalam satu perusahaan biasanya terdapat banyak bagian.⁴¹

9. Hambatan dalam Memotivasi Konsumen

Menurut Mulyo S. P. Hasibuan secara garis besar dapat diketahui hambatan atau kendala dalam memotivasi konsumen yaitu:

- a. Sulitnya menentukan alat motivasi yang paling tepat, karena keinginan setiap individu tidak sama.
- b. Kemampuan perusahaan menyediakan fasilitas dan insentif
- c. Manajer sulit mengetahui motivasi setiap individu
- d. Manajer sulit memberikan insentif yang adil dan layak⁴²

⁴¹Malayu Hasibuan, SP., *Ibid.*, hlm.147.

⁴²Malayu Hasibuan, SP., *Ibid* hlm.150.

10. Membangun dan Mempertahankan Hubungan Baik dengan Konsumen

Membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kata kunci untuk sukses bagi sebuah perusahaan. Ada empat konsep yang harus diperhatikan, yaitu:

1) Nilai konsumen

Nilai konsumen merupakan perbandingan antara manfaat dan keuntungan yang dipersepsikan dengan semua sumber daya yang digunakan untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli.

2) Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen akan tercapai jika persepsi konsumen terhadap kinerja produk sama dengan kinerja produk yang diharapkan.

3) Kepercayaan konsumen

Menciptakan dan mempertahankan kepercayaan konsumen untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen dalam jangka panjang.

4) Tujuan pemasaran adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Ciri konsumen yang loyal adalah membeli banyak produk dan tidak sensitif terhadap harga, biaya untuk mempertahankan konsumen yang loyal jauh lebih murah dibandingkan dengan mencari konsumen baru, dan merekomendasikan yang positif dari perusahaan kepada orang lain.⁴³

⁴³Etta Mamang Sangadji & Sopiha, *Perilaku Konsumen pendekatan praktis disertai : himpunan jurnal penelitian*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2013), hlm.33-34.

B. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Hestu Kurnia Safitri, Nim 145111115 mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Perceived Value sebagai Variabel Intervening Pada Produk Herbal PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari variable *product*, *price*, *place*, *promotion*, *perceived value* yang mempengaruhi loyalitas melalui *perceived value* sebagai *variable intervening*. Konsumen produk herval berpendapat jika *promotion* dan *perceived value* atau nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas. Artinya bahwa konsumen tertarik untuk menjadi member melalui promosi yang dilakukan perusahaan.⁴⁴

Perbedaannya dengan peneliti adalah bahwa Hestu Kurnia Safitri lebih fokus terhadap Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan peneliti fokus terhadap pemberian motivasi yang dilakukan pimpinan kantor cabang kepada konsumen untuk meningkatkan kesetiaannya terhadap produk yang ditawarkan.

2. Skripsi Zainab Maulida, Nim 45123018 mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2018 yang berjudul Produk Halal Thayyib Herba Penawar Al – Wahida Indonesia (HPAI) Di Tinjau Dari Surah Al – Maidah Ayat 88. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa ingin

⁴⁴Hestu Kurnia Safitri, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Perceived Value sebagai Variabel Intervening Pada Produk Herbal PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia” (*Skripsi*, IAIN Surakarta, 2018)

mensiarkan produk-produk Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) melalui tulisan ini agar masyarakat umum khususnya lebih mengutamakan produk-produk yang mengutamakan halal dan thayyib dan dilihat dari harga suatu produk. dengan judul “Produk Halal Thayyib Herba Penawar Alwahida Indonesia Ditinjau dari Surah Al-Maidah Ayat 88”, masyarakat atau pembaca lebih memahami kaitan makanan halal dan thayyib dengan Al-Quran yang diturunkan kepada Nabi Muhammad saw. Dan dapat menganalisis produk Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) ditinjau dari Al-Quran surah Al-Maidahayat 88⁴⁵

3. Perbedaannya dengan peneliti adalah bahwa peneliti Zainab Maulida lebih fokus terhadap produk halal yang ditinjau dari surah Al-Maidah ayat 88. Sedangkan peneliti fokus terhadap pemberian motivasi yang dilakukan pimpinan kantor cabang kepada konsumen untuk meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan HPAI.

⁴⁵Zainab Maulida, “Produk Halal Thayyib Herba Penawar Alwahida Indonesia Ditinjau dari Surah Al-Maidah Ayat 88” (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di BC (*Business Center*) HPAI Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara, bertepatan di Jln. Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato Padangsidimpuan dan dilanjutkan pada stokis-stokis berdasarkan tingkatan termasuk lokasi-lokasi tempat diadakannya kegiatan-kegiatan HPAI di Kota Padangsidimpuan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kantor cabang *Bussiness Center* HNI-HPAI di Kota Padangsidimpuan karena merupakan satu-satunya BC (*Bussiness Center*) yang melaksanakan kegiatan pemberian motivasi yang dapat mengembangkan jaringan mitranya.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti dalam penelitian tentang Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al-wahida Indonesia) kepada konsumen di Kota Padangsidimpuan dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Desember 2020.

B. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.

Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁴⁶ Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif.

Mohammad Nazir menyatakan :

“Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas pemikiran pada masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.”⁴⁷

Jadi metode deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau emaparkan apa adanya tentang suatu objek yang alamiah, tidak dimanipulasi oleh peneliti. Berdasarkan pendapat di atas, penelitian yang dilaksanakan tidak hanya terbatas kepada pengumpulan data dan informasi, tetapi dilanjutkan dengan pengolahan dan analisis untuk mendeskripsikan bagaimana Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) Kepada Konsumen Di Kota Padangsidempuan.

⁴⁶Lexy J.Moleong,*Op.Cit.*, hlm.6.

⁴⁷Mohammad Nazir, *Metode Peelitian* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2005), hlm.54

C. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁴⁸

Penetapan informan penelitian dilaksanakan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sample berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi penelitian.⁴⁹

Pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria yang terdapat pada tujuan penelitian. Berikut kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan informan yaitu:

1. Informan yang terkait dalam kegiatan penelitian yang diteliti.
2. Informan yang mampu memberikan data ataupun informasi yang dibutuhkan peneliti.
3. Bersedia menjadi informan penelitian.

Berdasarkan kriteria diatas adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pimpinan kantor cabang BC (*BussinessCenter*) HNI-HPAI di Kota Padangsidimpuan dan para mitra/agen HNI-HPAI, namun peneliti hanya mengambil sebanyak 17 orang mitra yang menjalankan bisnis di HNI-HPAI ini. Dalam hal ini ditetapkan perwakilan dari mitra keagenan HNI-HPAI yang berada di kota padangsidimpuan, sehingga jumlah informan penelitian adalah sebanyak 18 orang informan.

⁴⁸Lexy J.Moleong, *Op.Cit.*, hlm.88.

⁴⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers,2013), hlm.92.

D. Sumber Data

Sumber data adalah informan data yang dapat diperoleh. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber, yaitu data primer dan data sekunder.⁵⁰ Penjelasan sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari, sumber data primer atau data pokok yang dibutuhkan. Data primer yang dimaksud peneliti yaitu sumber data yang diperoleh dari pimpinan Kepala Cabang (*Bussiness Center*) HNI-HPAI Kota Padangsidempuan.
2. Sumber data sekunder adalah sumber data pelengkap yang didapat dari lapangan yang telah diolah lebih lanjut untuk mendukung data primer. Sumber data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah para mitra/agen HPAI di kota Padangsidempuan dan pedoman perusahaan HPAI, buku Diktat KHT dasar, brosur dan sebagainya.⁵¹

⁵⁰Suharsimi Arikunto, *Managemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm.125.

⁵¹S. Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm.144.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari penelitian lapangan digunakan instrumen yaitu untuk memperoleh data-data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi yaitu sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵² Peneliti menggambarkan bahwa observasi ini dilakukan secara sengaja dengan tujuan membantu memudahkan penelitian dan melihat fenomena sosial untuk mengamati secara langsung ke lokasi penelitian. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipan yaitu pengumpulan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan merasakan serta berada dalam sirkulasi objek pengamatan dan peneliti secara langsung melihat atau mengamati apa yang terjadi pada objek penelitian.⁵³ Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung pada saat peneliti mengikuti secara langsung beberapa kegiatan sosialisasi dan edukasi kesehatan yang dilaksanakan BC (*BussinessCenter*) HNI-HPAI di kota Padangsidempuan.
2. Wawancara adalah alat pengumpulan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula, yang mana wawancara merupakan kontak langsung dengan tatap muka

⁵²Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm.158.

⁵³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Permada Media, 2011), hlm.144.

antara pencari informasi dan sumber informasi yang bertujuan memperoleh data yang dibutuhkan.⁵⁴

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas. Dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tidak tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Peneliti menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur karena beranggapan bahwa dengan melakukan wawancara tidak terstruktur akan membuat informan lebih terbuka dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, film, gambar, karya-karya monumental dan yang dibutuhkan lain sebagainya.⁵⁵ Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data tentang pelaksanaan kegiatan pembinaan yang dilakukan seperti, *homesharing* yang berfungsi sebagai data pendukung yang berbentuk tulisan dan data-data BC (*BussinessCenter*) HNI-HPAI di Kota Padangsidempuan.

⁵⁴Djam'an Satori dan Aan komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.165.

⁵⁵Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm.158.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun, mengatur urutan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam pola, memilih mana yang paling penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun oranglain.⁵⁶ Secara umum proses analisis data mencakup:

1) Reduksi data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan memilahnya serta membuang yang tidak perlu.

2) Penyajian data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dalam penelitian ini, dipaparkan bersifat teks dan bersifat deskriptif atau penjelasan.

3) Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian ini kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang akan dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan

⁵⁶Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, hlm.248.

maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁷

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Triangulasi pada prinsipnya merupakan model pengecekan data untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar tepat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian.

Triangulasi menurut Lincoln dan Guba berdasarkan anggapannya bahwa fenomena tertentu tidak dapat diperiksa tingkat kepercayaannya dengan satu atau lebih paradigma.⁵⁸ Denzim membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang dimanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Teknik triangulasi yang di gunakan dalam penelitian ini ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Trianguasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal itu dapat dicapai dengan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang disampaikan anggota/member dengan apa yang disampaikan pimpinan kantor cabang

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.247-252.

⁵⁸Sugiyono, *Ibid.*, hlm.178.

- c. Membandingkan hasil penelitian dengan fakta dilapangan.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu isi dokumen yang berbeda.⁵⁹

Jadi triangulasi dalam penelitian ini berarti teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, karena teknik triangulasi yang paling banyak dilakukan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

⁵⁹Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, hlm.178.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah (BC) *Business Center* HNI-HPAI Padangsidimpuan

Business Center (BC) Padangsidimpuan berdiri pada 30 September 2016 dengan Agustina Sari Harahap sebagai pemilik resminya. Alamat lengkapnya berada di Jalan Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidimpuan.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti alasan kepala BC Agustina Sari Harahap mendirikan *Business Center* (BC) Halal Network International-Herba Penawar Alwahida (HNI-HPAI) ini adalah pertama, karena tempatnya sangat strategis. Kedua, karena beliau memandang bahwa usaha pemasaran produk-produk HNI-HPAI tersebut dapat dikembangkan. Hal itu didukung dengan telah berhasilnya membentuk jaringan kerja di bawahnya, sehingga omset penjualannya memenuhi persyaratan untuk mendirikan *Business Center* (BC) produk-produk HNI-HPAI. Alasan berikutnya yaitu karena di Padangsidimpuan masih belum terdapat *Business Center* (BC) produk-produk HNI-HPAI. Alasan lainnya yaitu Agustina Sari Harahap selaku pendiri *Business Center* (BC) HNI-HPAI mendapat dukungan penuh

⁶⁰Dokumen BC HNI-HPAI cabang Padangsidimpuan, 2020

dari keluarga, sehingga hal tersebut membuatnya terus semangat dalam berwirausaha.⁶¹

Selain itu melihat perkembangan jaringan toko HNI-HPAI di Padangsidempuan juga sudah cukup banyak distributor dari produk-produk HNI-HPAI sehingga dengan mendirikan *Business Center* (BC) Padangsidempuan akan membawa keuntungan tersendiri dalam usaha penyaluran produk-produk HNI-HPAI ini. Karena stokis didalam sistem jaringan toko untuk suplai produk-produk HPAI masih berada di bawah *Business Center* (BC). Sehingga dengan mendirikan *Business Center* (BC) HPAI, maka secara otomatis beberapa stokis ketika belanja tidak harus ke luar kota lagi cukup di Padangsidempuan saja sudah bisa memenuhi kebutuhan stok produknya.

2. Motto

“Produk Halal Tanggung Jawab Bersama.”

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas.

b. Misi

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran kebanggaan umat.
- 2) Menjadi wadah penyedia produk Halal bagi umat Islam.

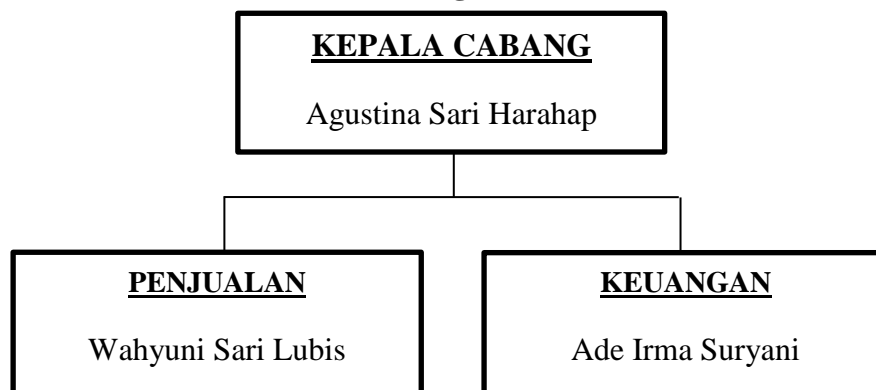
⁶¹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

3) Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan baik sebagai pemasar, pembangunan jaringan maupun produsen.⁶²

4. Struktur Organisasi Business Center HNI-HPAI Padangsidimpuan

Menjalankan suatu perusahaan diperlukan organisasi dan manajemen yang dapat membantu aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Sedangkan untuk menjalankan organisasi tersebut sesuai dengan yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu pengelolaan yang baik. Pengelolaan yang baik dari suatu organisasi membutuhkan adanya suatu struktur organisasi agar dapat membedakan tugas dan fungsi dari setiap bagian dari organisasi tersebut, sehingga tercapai tujuan yang diharapkan.

Tabel 1
Struktur Organisasi



Sumber: Dokumen HNI-HPAI cabang Padangsidimpuan, 2020

⁶²PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Panduan Sukses HNI-HPAI* (Jakarta: 2019) hlm.10.

Tabel 2
Produk-Produk *Business Center* (BC) Padangsidimpuan.

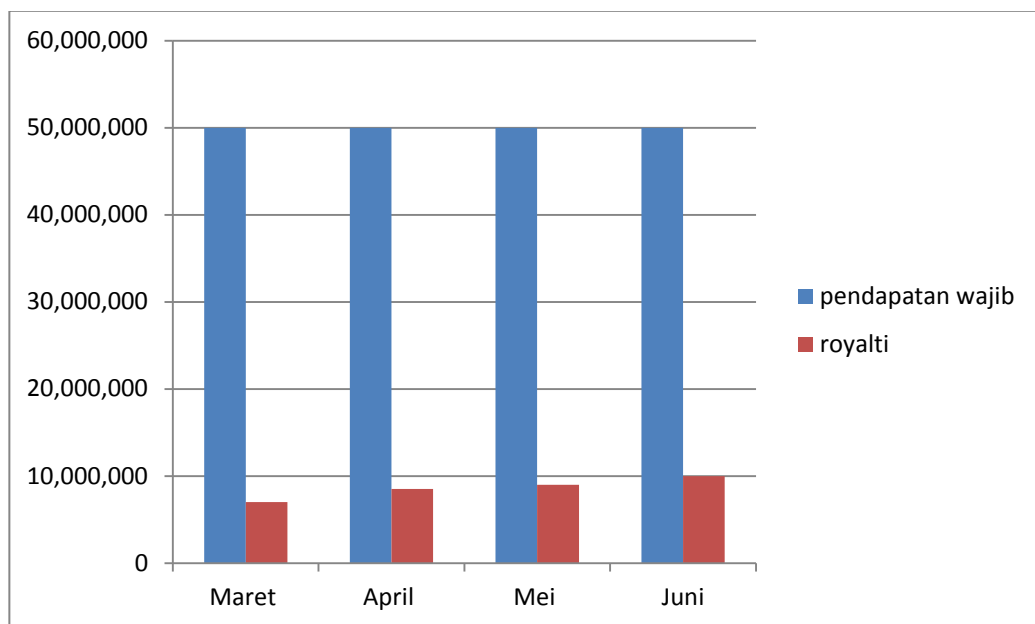
No	Jenis produk	Nama produk
1.	<i>Herbs Product</i>	Andrographhis Centella, Bilberry, Biosir, Carnocap, Deep Squa, Diabextrac, Gamat Kapsul, Habbasauda HPAI, Harumi, Langsingin, Laurik, Magafit, Mengkudu Kapsul, Minyak Habbatussauda Softgel, Minyak Herba Sinergi, Minyak Zaitun Softgel, Mustika Dara, N-Green, Pegagan HS, Procumin Rich Vit E, Procumin Propolis, Rosella HS, Siena, Spirulina Dan Truson
2.	<i>Cosmetics & Home Care Products</i>	Beauty Day Cream, Beauty Night Cream, Deep Beauty, Green Wash Detergent, Green Wash Softener, Hibis, HNI Body Wash, HNI Shampo, PGH Anak Rasa Anggur, PGH Anak Rasa Strawberi, PGH Anak Rasa Tutti Fruity, Pasta Gigi Herbal HPAI, Pasta Gigi Herbal Cengkeh, Pasta Gigi Herbal Propolis, Pasta Gigi Herbal Sensitif, Promol 12, Sabun Kolagen Transparan, Sabun Madu Transparan, Sabun Propolis Transparan.
3.	<i>Health Foods & BeveragesProducts</i>	Centella Teh Sinergi, Dates Syrup Premium, Deep Olive, Etta Goat Milk, Extra Food, HPAI

		Coffee, Janna Tea Cold, Janna Tea Hot, Kopi 7 Elemen, Madu Asli Multiflora, Madu Asli Premium, Madu Pahit, Madu S Jaga, Minyak Zaitun, Sari Kurma, Stim Fibre.
4.	<i>Fashion & Lifestyle Products</i>	Hijab HNI, Mukenah HNI, Mushaf Tulis, Qur'an Asy Syifaa, Qur'an Bukhara, Sarung HNI.

Sumber: Dokumen BC HNI-HPAI cabang Padangsidempuan, 2020

Tabel 3

Diagram Perkiraan Pendapatan yang diterima BC Padangsidempuan



Sumber: Dokumen BC HNI-HPAI cabang Padangsidempuan, 2020

Dari gambar diagram diatas tampak bahwa pendapatan terbesar yang diperoleh BC Padangsidempuan selama 4 bulan terakhir adalah sebesar 50 juta s/d 60 juta. BC Padangsidempuan juga memperoleh keuntungan yang sama selama beberapa bulan berturut-turut sedangkan royalti yang diterima mengalami peningkatan.

Tabel 4

Daftar Agen Stok HNI-HPAI Cabang Padangsidimpuan

No	Agen stok (jenjang karir)	Status	Jumlah	Aktif
1.	Bussines Center	BC	1 orang	1 orang
2.	Agency Center	AC	3 orang	3 orang
3.	Distribution Center	DC	12 orang	9 orang
4.	Stokis	SC	160 orang	67orang

Sumber: Dokumen HSIS HNI-HPAI cabang Padangsidimpuan, 2020

Keterangan :

Bussines Center : Agenstok dengan kepangkatan yang diperoleh

dengan belanja perdana produk sebesar Rp.

100.000.000,- dalam 1 (satu) invoice

Agency Center : Agenstok dengan kepangkatan yang diperoleh

dengan belanja perdana produk sebesar Rp. 60.000.000,-

dalam 1 (satu) invoice

Distribution Center : Agenstok dengan kepangkatan yang diperoleh

dengan belanja perdana produk sebesar Rp. 22.500.000,-

dalam 1 (satu) invoice

Stokis : Agenstok dengan kepangkatan yang diperoleh

dengan belanja perdana produk sebesar Rp. 7.500.000,-

dalam 1 (satu) invoice

Tabel 5
Daftar Nama Informan

No	Nama	Status	No	Nama	Status
1.	Agustina Sari Harahap	BC	10.	Marhamni	AB
2.	Mukhairi Harahap	DC	11.	Fitriana Nasution	AB
3.	Kuslina Andari	SC	12.	Fitri Darleni	AB
4.	Mutiara Hayati	SC	13.	Maya Angelia	AB
5.	Efridayani Hutasuhut	SC	14.	Ramayani	AB
6.	Nurul Fatih	SC	15.	Cahaya Purnama	AB
7.	Maya Sari Harahap	AB	16.	Melda Khairani	AB
8.	Fahimah SariHarahap	AB	17.	Rina Sari	AB
9.	Epa Serimahyuni	AB	18.	Bitu Nurhidayati	AB

Sumber: Dokumen BC HNI-HPAI cabang Padangsidempuan, 2020

B. Temuan Khusus

1. Jenis-Jenis Motivasi yang diberikan oleh BC (*Business Center*) HNI-HPAI Padangsidimpuan kepada Konsumen

Business Center (BC) Halal Network International-Herba Penawar Al-wahida (HNI-HPAI) adalah pusat layanan bisnis dan kegiatan HPAI yang berlaku bagi semua Agen HPAI baik Agen atau jaringan di bawah *leader* pemilik BC atau agen di luar jaringan pemilik BC. Salah satu misi dari *Business Center* (BC) HNI-HPAI adalah menjadi pelopor menyediakan produk herbal kesehatan yang halal di kalangan masyarakat.⁶³ Salah satu bentuk implementasi dari misi *Business Center* (BC) HNI-HPAI adalah dengan melaksanakan pemberian motivasi untuk menarik minat konsumen menggunakan produk dari HNI-HPAI.⁶⁴

Kegiatan pemberian motivasi ini adalah kegiatan yang dilaksanakan di *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan. Kegiatan pemberian motivasi ini sudah berlangsung dari tahun 2016, pertama kali yang membuat kegiatan ini adalah pemilik BC yaitu Agustina Sari Harahap dengan tujuan semakin banyak orang yang mengetahui tentang produk kesehatan herbal dari HNI-HPAI tersebut. Pada awalnya motivasi yang menjadi alasan pemilik BC untuk mengenalkan produk kesehatan kepada masyarakat dikarenakan bahwa beliau sudah merasakan sendiri khasiat dari produk yang dijual. Sebelum

⁶³PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Panduan Sukses HNI-HPAI* (Jakarta: 2019) hlm.58.

⁶⁴Observasi Pelaksanaan Kegiatan di BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

memutuskan untuk bergabung menjadi bagian dari HNI-HPAI kepala BC Agustina Sari pernah mengalami sakit dan disarankan oleh salah satu saudara untuk mengkonsumsi produk herbal dari HNI-HPAI, Alhamdulillah atas izin Allah SWT sakit yang diderita sembuh. Oleh karena itu ia berharap bahwa lebih banyak lagi orang yang merasakan khasiat dan memperoleh kesembuhan dengan mengkonsumsi produk herbal kesehatan dari HNI-HPAI. Dengan berbagai pertimbangan Agustina Sari Harahap akhirnya memutuskan untuk mendirikan *Business Center* (BC) HNI-HPAI di Padangsidempuan untuk memudahkan masyarakat memperoleh produk herbal yang berkualitas lagi halal.⁶⁵ Salah satu kegiatan yang dilaksanakan untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan pemberian motivasi untuk mengajak hijrah produk dan mengenalkan berbagai jenis produk juga mengenalkan bisnisnya untuk membantu memperkuat ekonomi masyarakat. Adapun motivasi yang dimaksud dalam pembahasan ini yaitu Motivasi yang timbul karena adanya dorongan dari orang lain.

a. Sosialisasi untuk Hijrah Produk Halalan *Tayyiban*

Motivasi individu/konsumen untuk menggunakan produk yang halalan *thayyiban* didasari karena kesadaran diri seseorang sebagai seorang muslim yang harus taat terhadap ajaran Islam. Menggunakan produk yang halal dan baik akan mencerminkan sikap orang yang mengkonsumsinya, karena yang membuat

⁶⁵Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

seorang muslim selamat dari api neraka adalah dengan selalu menggunakan yang halal saja dan hidup di jalan yang halal. Sehingga dengan itu tercapai ridha Allah SWT dan masuk ke dalam surga-Nya, Insya Allah.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada acara seminar dengan tema “Ayo hijrah produk halal” yang dilaksanakan di BC Padangsidempuan yaitu dengan metode menayangkan sebuah video dengan menjelaskan beberapa produk yang berasal dari babi (*khinzir*) mulai dari produk sehari-hari sampai kepada bahan makanan yang mengandung bahan haram, dengan demikian Agustina Sari menjelaskan bahwa menggunakan bahan yang terkandung bahan yang haram akan berdampak buruk kepada yang mengkonsumsinya. Kemudian beliau juga menjelaskan betapa pentingnya mengetahui kehalalan suatu barang yang akan digunakan.⁶⁶

Pernyataan yang disampaikan Agustina Sari Harahap untuk mengajak hijrah produk adalah :

“Saya memberikan pemahaman tentang pentingnya untuk mengetahui barang yang digunakan sehari-hari apakah mengandung zat haram atau tidak, dan bahayanya seorang muslim jika menggunakan produk yang ada unsur haram didalamnya. Salah satu akibat dari menggunakan produk yang mengandung zat haram adalah perilakunya akan menjadi buruk, perasaannya akan mudah resah, doanya sulit dikabulkan dan serta dapat merusak tubuh serta akal. Sebaliknya jika seseorang selalu memakan makanan yang

⁶⁶Observasi Pelaksanaan Kegiatan seminar di BC HNI-HPAI Padangsidempuan Tahun 2020.

halal, maka akhlaknya akan baik, hatinya menjadi baik dan tentram, menjadi sebab dikabulkannya doa dan bermanfaat untuk akal serta tubuh. Sebetulnya gini, di HPAI itu arahnya kan pertama mencetak menjadi terapis thibunnabawi, yang kedua jadi konsultan kesehatan yang ketiga, sebagai marketing. Kalau di BC sendiri yaitu cenderung ke arah mengajak kepada hijrah produk halalnya, yaitu dengan mengenalkan pengobatan ala Nabi dan juga ke bisnisnya untuk memperkuat ekonomi umat.”⁶⁷

Mukhairi Harahap yang juga selaku Distributor dalam melakukan pembinaan lebih ke arah mengajak untuk hijrah.

Adapun penuturannya sebagai berikut:⁶⁸

“Benar, saya selalu berusaha mengajak konsumen maupun orang-orang disekitar saya untuk beralih ke produk yang terjamin halal dan hijrah menggunakan produk HNI. Motivasi utama adalah mengajak hijrah produk, menjelaskan manfaat produk, dan penguatan ekonomi dimana mengajak untuk berbisnis.”

Hal ini juga disampaikan oleh Efridayani (stokis) yang menyatakan:

“Iya itu benar sekali, hal awal yang selalu saya sampaikan ialah meyakinkan produk herbal HNI yang terjamin kehalalannya lebih baik daripada produk yang beredar di pasaran saat ini. Karena saya sudah menggunakan dan merasakan manfaatnya sehingga saya bisa meyakinkan kepada konsumen. Bagi saya sangat penting untuk memastikan sesuatu yang akan saya konsumsi adalah produk yang halal lagi baik.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Fahimah Sari dan Maya Angelia (konsumen biasa) yang sudah menjadi anggota/member HNI-HPAI:

⁶⁷Efridayani Hutasuht (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 Februari 2020.

⁶⁸Mukhairi Harahap pemilik *Distribution Center* (DC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 18 Juni 2020.

⁶⁹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

“Benar awal dari ketertarikan saya memilih menggunakan produk HNI-HPAI ini karena yakin dengan ucapan yang disampaikan oleh Ibu Agustina tentang pentingnya memastikan sesuatu yang akan kita konsumsi itu harus terjamin kehalalannya. Dari itulah saya mencoba pertama kali dan merasakan manfaatnya sehingga saya memutuskan untuk tetap memakai produk herbal HNI-HPAI.”⁷⁰

Adapun hasil wawancara dengan konsumen biasa yang bernama Fitriana dan Epa Srimahyuni mengatakan bahwa :

“Dengan adanya pemberian motivasi yang diberikan oleh kepala BC dan juga stokis di jaringan saya, saya merasa termotivasi untuk menggunakan produk dari HNI-HPAI karena produk ini sudah terjamin kehalalannya dan saya merasa aman untuk menggunakan produk halal ini. produk HNI-HPAI yang sudah saya konsumsi dengan rutin yaitu pasta gigi, sabun, dan shampo.”⁷¹

Adapun hasil wawancara dengan konsumen biasa Shanti Rahmadani dan Bitu Nurhidayati mengatakan bahwa :

“Awal mula saya bergabung menjadi anggota HNI-HPAI ini karena tertarik dengan bisnis yang dijalankannya, saya hanya menjualkan produk dan belum memakainya. Namun karena banyak konsumen yang belum mengetahui dan bertanya kepada saya sehingga saya mencoba memakai dan setelah mengetahui khasiat dan mengetahui juga banyaknya testimoni yang diberikan mentor diatas saya, saya perlahan-lahan hijrah produk dari produk yang saya gunakan sehari-hari dan mencicil satu persatu ke produk dari HNI-HPAI.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama melda, cahya, ramayani. Mereka menyampaikan pendapat yang

⁷⁰Fahimah Sari dan Maya Angelia (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

⁷¹Fitriana dan Epa Srimahyuni (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

⁷²Santi Rahmadani dan Bitu Nurhidayati (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 09 April 2020.

berbeda tentang hijrah produk yang diberikan oleh kepala BC.

Mereka menyatakan bahwa:

“Kami menyadari pentingnya produk halal, akan tetapi karena harga dari produk yang ditawarkan sedikit lebih mahal dari produk lain yang di pasaran sehingga kami lebih memilih produk yang lebih murah dan terjangkau”.⁷³

Dengan demikian ketika peneliti mengobservasi di lapangan, kebanyakan para anggota/member menggunakan produk adalah karena menyadari pentingnya untuk hijrah produk dengan yang terjamin kehalalannya dan juga merasakan manfaat barulah memutuskan untuk bergabung menjadi anggota HNI-HPAI.

b. Nasehat untuk Menjaga Kesehatan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti tentang nasehat yang diberikan oleh Kepala BC Padangsidempuan untuk menjaga kesehatan yaitu dengan menjelaskan pentingnya menjaga pola hidup sehat dengan menanamkan sehat ala nabi. Kepala BC selalu berusaha untuk mengingatkan bahwa kesehatan adalah sesuatu yang berharga dalam hidup. Tubuh yang sehat akan sanggup meringankan seseorang dalam melakukan bermacam-macam kesibukan tanpa kendala. Memperhatikan kesehatan sangat penting bagi setiap orang, banyak cara yang dapat dilakukan untuk

⁷³Melda, Cahya, & Ramayani (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

memelihara kesehatan salah satunya adalah dengan mengonsumsi makanan yang bergizi, berkualitas baik dan terjamin halal.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala BC Padangsidimpuan yang bernama Agustina Sari ia mengatakan bahwa:

“Secara pribadi bagi saya kesehatan adalah hal yang sangat penting, karena ketika tubuh kita terserang penyakit maka kita tidak bisa beraktivitas dengan baik. Dari itulah saya sangat menjaga kesehatan diri, salah satu cara yang saya gunakan untuk memelihara kesehatan saya adalah memperbaiki pola hidup dan mengonsumsi makanan yang bergizi, berkualitas baik dan terjamin halal.”⁷⁵

Adapun hasil wawancara dengan Nurul Fatih (tokis) menyatakan bahwa:

“Saya menyadari bahwa kesehatan adalah hal yang sangat penting bagi setiap orang, maka dalam meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk suplemen kesehatan dari HNI-HPAI saya menceritakan pengalaman dari orang-orang yang sudah merasakan manfaat dari produk tanpa melebih-lebihkan dan memang sudah terbukti sehingga konsumen yakin untuk menggunakan produk dari HNI-HPAI.”⁷⁶

Adapun hasil wawancara dengan Kuslina Andari (stokis) ia mengatakan bahwa:

“Benar, menjaga kesehatan adalah hal yang sangat penting. sehingga saya selalu mengingatkan kepada anggota atau member dibawah jaringan saya untuk selalu menjaga pola hidup sehat dan jika sakit berobatlah dengan menggunakan produk herbal dari HNI-HPAI.”⁷⁷

⁷⁴Observasi Pelaksanaan Kegiatan di BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

⁷⁵Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

⁷⁶Nurul Fatih (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 21 April 2020.

⁷⁷Kuslina Andari (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 21 April 2020.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fahimah Sari(konsumen biasa) menyatakan bahwa :

“Semenjak saya menggunakan produk HNI-HPAI saya merasakan manfaat yang baik bagi diri saya, seperti meningkatkan stamina, dan daya tahan tubuh saya juga baik ini bisa dibuktikan dari saya yang jarang sakit padahal aktivitas saya banyak diluar.”⁷⁸

Berdasarkan observasi peneliti bahwa mitra HNI-HPAI sangat berantusias menggunakan produk herbal ini dilihat dari keseharian mereka yang banyak memakai dan membeli ulang produk HNI seperti pasta gigi, sabun mandi, sampo dan suplemen vitamin untuk menjaga kesehatan lainnya. Dan peneliti juga melihat secara langsung bahwa banyak yang merasakan manfaat kesehatan yang didapatkan oleh mitra dimana mereka menceritakan sendiri testimoni penyakit mereka yang sembuh karena menggunakan produk HNI-HPAI.⁷⁹

c. Pendapatan, Bonus, Royalti, Promo, dan Reward

Pendapatan adalah sejumlah uang yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa kepada pelanggan. Sedangkan diskon ialah suatu potongan harga yang diperoleh dari member yang sudah tercatat jadi anggota.

Bonus merupakan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan untuk menawarkan produk tambahan secara gratis

⁷⁸Fahimah Sari (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

⁷⁹Observasi Pelaksanaan Kegiatan di BC HNI-HPAI Padangsidempuan Tahun 2020.

dengan harga normal, bahkan harga yang telah diturunkan sebelumnya untuk mendorong konsumen melakukan pembelian. Komisi dan bonus yang diterima oleh mitra usaha merupakan hasil kerja nyata.

Royalti adalah jumlah yang dibayarkan untuk penggunaan properti seperti hak paten, hak cipta atau sumber alam. Misalnya mitra mendapat bayaran royalti ketika produknya dijual. Royalti disini adalah hasil kerja agen HNI sedunia, agen/mitra dapat bagian sesuai dengan syarat dan ketentuan, berdasarkan prestasi kerja masing-masing.

Promo merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Sebagaimana ketika peneliti mengobservasi kepala cabang BC Ibu Agustina ketika memberikan motivasi kepada para mitra HNI ia selalu menanyakan terlebih dahulu kepada para mitra apakah ada kemajuan penjualan yang dijalankan para anggota dan apakah pendapatan semakin meningkat atau menurun, karena sebagian besar dari motivasi berbisnis ialah mengenai pendapatan. Jika sudah menjadi mitra resmi HNI-HPAI maka seorang agen berhak mendapatkan segala pelatihan yang diselenggarakan BC (*Business Center*) atau lintas jaringan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku, mendapatkan harga agen dan poin untuk setiap pembelian

produk HNI-HPAI, mendapatkan bonus dan *royalty* sesuai target prestasi yang ditetapkan perusahaan, dan juga berhak mendapatkan promo sesuai dengan ketentuan perusahaan. Promo yang diberikan oleh BC misalnya itu promo aktivasi agenstok. Contohnya promo yang sering diadakan di BC yaitu Untuk SC (stokis) baru akan mendapatkan 1 pouch kopi sevel, atau untuk DC (*Distribution Center*) baru, mendapatkan 2 pouch kopi sevel. Promo digunakan sebagai *reward* atau capaian-capaian prestasi sesuai dengan dengan promo marketing yang dikeluarkan dalam rentan waktu tertentu.⁸⁰

Hasil wawancara peneliti dengan Kepala Cabang BC Agustina

Sari menyatakan:

“Benar, ketika saya memberikan motivasi kepada para mitra (konsumen), saya menanyakan apakah ada peningkatan pendapatan selama mereka berbisnis, jika tidak ada apa permasalahannya, begitulah hal pertama yang selalu saya tanyakan kepada konsumen. Dan sayapun menjelaskan bahwa salah satu dari motivasi berbisnis ialah pendapatan, karena saya yakin setiap orang yang ingin berbisnis pasti tujuan utamanya ialah pendapatan. Ini bisa diperoleh dengan mencapai target poin yang telah ditentukan. Untuk mendapatkannya cukup menunjukkan kartu agen HNI-HPAI yang fisik atau virtual atau bisa juga menyebutkan nomor ID HNI agen. Namun ini hanya berlaku jika belanja di Agenstok Halal Mart HNI dek, jadi meskipun hanya membeli 1 produk otomatis akan mendapat diskon dengan harga member. Tujuan dengan pemberian diskon ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk tetap setia menggunakan produk dan mendapatkan manfaat dari produk maupun bisnisnya.”⁸¹

⁸⁰Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

⁸¹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

Seperti penuturan Mukhairi (Distributor) yang menyatakan bahwa :

“Ya benar, Bonus yang akan diterima oleh mitra itu sesuai dengan hasil penjualan yang dilakukan. Bonus itu diperoleh merupakan kerja nyata dari mitra yang benar-benar serius menjalankan bisnisnya. Tujuan pemberian bonus ini akan meningkatkan hasil kerja penjualan oleh mitra/member.”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara menurut Efridayani (stokis) menyatakan bahwa :

“Jadi sebenarnya kalau mau sukses di HNI-HPAI itu ya harus usaha terutama di mulai dari diri sendiri dek. Jika nanti poin pribadinya itu tinggi, minimal 200 poin atau lebih maka semakin banyak bonusnya. Maksimal poin untuk mendapat bonus pribadi yaitu 600. Bonus itu didapatkan ketika melakukan pembelian produk-produk HNI-HPAI.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mutiara Hayati (Stokis) ia mengatakan bahwa:

“Dengan adanya pemberian bonus yang dilakukan BC saya menjadi lebih termotivasi untuk memperoleh penjualan yang lebih untuk mendapatkan penawaran yang diberikan oleh BC HNI-HPAI Padangsidempuan dan saya berharap bahwa dengan ini konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan produk dengan memperoleh diskon yang ditawarkan.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maya Sari (konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Saya memakai produk HPAI yang rutin seperti sabun kolagen, pasta gigi siwak dan juga minyak zaitun, setiap saya belanja ke stokis maka harga yang diberikan itu harga member karena saya sudah bergabung menjadi anggota. Jadi kalau sudah

⁸²Mukhairi Harahap pemilik *Distribution Center* (DC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 18 Juni 2020.

⁸³Efridayani Hutasuhut (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 Februari 2020.

⁸⁴Mutiara Hayati (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 Februari 2020.

menjadi anggota memang, biarpun kita cuma belanja beberapa produk tetap dapat diskon gitu.”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Marhamni (konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Promo yang dilakukan oleh BC HNI-HPAI telah meningkatkan banyak mitra yang awalnya hanya masuk anggota dengan alasan memakai produknya sehingga memperoleh diskon dari harga konsumen yang ditawarkan.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Santi Rahmadani (konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Jadi selain diskon yang juga saya dapat bonus dari penjualan meskipun saya cuma menjual satu produk, namun jika kita serius dan mencapai target penjualan sebesar 200 poin maka bonus yang didapat cukup lumayan. Bisalah buat tambah-tambah uang jajan buat kita yang masih kuliah ini.”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fitriana Nasution (konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Belanja pribadi dengan poin minimal 200 selama 3 bulan berturut-turut dan seterusnya minimal 200 setiap bulan, maka sejak bulan ke 3 dan seterusnya akan mendapatkan diskon+bonus+royalti. Atau belanja langsung minimal 600 Poin dalam 1 bulan, dan seterusnya minimal 200 Poin setiap bulan, maka sejak bulan pertama dan seterusnya akan mendapatkan diskon, bonus, royalti.”⁸⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti bahwa pemberian diskon yang dilakukan BC dapat meningkatkan penjualan terhadap produk

⁸⁵Maya Sari Harahap (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 Mei 2020.

⁸⁶Marhamni (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

⁸⁷Santi Rahmadani (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 09 April 2020.

⁸⁸Fitriana Nasution (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

karena belanja produk HNI-HPAI berapapun di Agenstok Halal Mart HNI dimana saja, maka otomatis dapat diskon meskipun hanya belanja 1 (satu) produk saja. Diskon yang didapatkan sudah ditetapkan sebagaimana yang ada di katalog produk, brosur produk dan website HNI. Pemberian diskon ini sudah terlaksanakan dengan baik karena BC Padangsidempuan menanamkan nilai kejujuran dalam proses bisnisnya. Namun di beberapa agenstok yaitu stokis dalam pemberian diskon ini masih terdapat kecurangan yaitu poin penjualan tidak di input langsung kepada konsumen melainkan dijadikan poin pribadi oleh agenstok tersebut. Hal ini sering dikeluhkan oleh mitra/member yang sudah belanja sehingga mitra merasa dibohongi hanya karena sebagian stokis yang tidak jujur dan amanah.⁸⁹

Belanja produk HNI-HPAI berapapun selain mendapatkan diskon juga dapat bonus (*cashback*) meskipun hanya belanja 1 (satu) produk. Dalam pembagian bonus di BC HNI-HPAI dilakukan secara adil. Bonus yang didapatkan oleh member sesuai dengan hasil penjualan dan pembelian produk. Ketika member tersebut dapat menjual produk sesuai dengan target perusahaan, sehingga member tersebut berhasil tutup poin, maka member tersebut akan mendapatkan bonus yang tinggi. Bonus yang didapat tidak berasal dari hasil penjualan jaringan bawahnya. Jadi

⁸⁹Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidempuan Tahun 2020.

pemberian bonus yang diberikan bukan karena lamanya masuk sebagai member, tetapi dari hasil penjualan produk dalam jumlah yang besar serta perekrutan dan pembinaan jaringan yang dilakukan.⁹⁰

Mendapatkan hasil kerja yang maksimal dengan memperoleh royalti, agen HNI harus rutin dan stabil dengan poin yang ditargetkan maka agen/mitra akan memperoleh royalti sesuai ketentuan yang berlaku. Sukses di HNI-HPAI sebenarnya tergantung usaha dari mitra setiap masing-masing. Di HNI-HPAI tidak mengenal istilah yang daftar pertama atau *upline* akan sukses lebih dahulu. Semua mitra mempunyai kesempatan yang sama untuk sukses baik *upline* maupun *downline*. Royalti yang didapatkan oleh agen/mitra akan ditransfer bersamaan dengan bonus yang diterima setiap bulannya.⁹¹

Promo yang diberikan oleh BC untuk aktivasi agenstok meningkatkan minat mitra untuk membuka agenstok dan memberikan kesempatan kepada mitra menjadi distributor dan semakin menarik lebih banyak konsumen untuk melebarkan jaringan pemasaran semakin meluas. Peneliti menyadari bahwa dalam pemberian promo ini dapat meningkatkan kerja yang maksimal karena agen akan berusaha untuk mendapatkan

⁹⁰Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

⁹¹Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

keuntungan yang akan diperoleh dengan promo yang sudah ditentukan oleh BC Padangsidempuan.⁹²

Selain bonus yang didapat oleh anggota, adapula pemberian *reward* atau yang sering disebut Hadiah. *Reward* adalah hadiah tambahan yang diberikan kepada setiap member atas pencapaian tertentu, baik karena perkembangan jaringan atau pencapaian total penjualan. Umumnya, *reward* berbentuk fisik benda dan diberikan pada moment-moment tertentu seperti presentasi besar atau *anniversary* perusahaan. Seperti halnya bonus, sumber *reward* diambil dari keuntungan perusahaan.

d. Pengembangan Jaringan dan Sistem Perekrutan Member

HNI-HPAI dalam pengelolaan bisnis yang sering disebut dengan MLM, tidak lepas dengan perolehan bonus yang berkaitan dengan pola bisnis dengan memanfaatkan jaringan.

Perekrutan anggota baru oleh agen HNI-HPAI menggunakan beberapa tahap teknik pendekatan yaitu *hello effect* (memberi kesan yang baik), *building trust* (membangun kepercayaan), *building need* (membangun kebutuhan), *give solution* (memberi solusi) atas apa yang dibutuhkan calon agen melalui program program HNI-HPAI untuk kemudian menawarkan orang tersebut untuk menjadi agen tanpa paksaan. Jika orang tersebut menerima tawaran untuk bergabung menjadi agen maka seolah-olah berarti ia

⁹²Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidempuan Tahun 2020.

menyetujui sebuah akad karena dengan bergabungnya ia sebagai agen MLM maka ia menjadi member (anggota), dan dalam keadaan seperti yang tercantum pada DSN MUI seharusnya orang tersebut telah mengetahui ketetapan perusahaan mengenai bonus yang diperoleh ketika melakukan penjualan sebelum menyetujui untuk bergabung.⁹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala BC Agustina Sari menyatakan bahwa :

“Perekrutan member baru akan mendapatkan *username* atau akun dan *IDCard* sebagai bukti telah mendaftar menjadi member dari HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia). *Username* dapat di gunakan untuk *LogIn* di website resmi PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) guna melihat pendapatan bonus, status terbaru atau promo, jenjang karir dan lain sebagainya. Sedangkan *ID Card* dapat digunakan sebagai bukti fisik telah bergabung menjadi anggota atau member, dapat digunakan diseluruh outlet atau stokis HPAI di seluruh Indonesia.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara menurut Efridayani (stokis) menyatakan bahwa :

“Sebuah *multi level marketing* akan sukses apabila setiap anggotanya melakukan perekrutan prospek. Selain perekrutan prospek, penjualan produk juga menjadi bagian dari MLM karena semakin banyak *line* (jaringan) yang berhasil direkrut, maka semakin banyak pula bonus yang di dapat oleh *Upline* dan beban penjualan produk akan semakin ringan. Dan setelah mengikuti beberapa kegiatan yang dilakukan di BC member saya bertambah dan juga yang belanja produk juga semakin banyak tentunya. Mengenai bonus meskipun tidak meningkat

⁹³Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

⁹⁴Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

secara signifikan tetapi dengan perlahan dengan bertambahnya member di jaringan saya, maka bonus juga akan meningkat.”⁹⁵

Dari hasil wawancara dengan Mukhairi Harahap (Distributor)

yang menyatakan bahwa :

“Setiap anggota yang telah bergabung dengan HPAI selalu didorong untuk melakukan perekrutan prospek, agar membangun jaringan lebih besar untuk mempermudah pencapaian target penjualan yang nantinya akan menghasilkan reward yang telah ditawarkan perusahaan. Sampe saat ini member di bawah jaringan saya itu terus meningkat melihat dari banyaknya masyarakat yang saat ini membutuhkan produk-produk kesehatan banyak yang memutuskan bergabung menjadi member/anggota supaya mendapatkan harga diskon untuk setiap pembelian produk dari HNI-HPAI.”⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Nurul Fatih

(stokis) menyatakan bahwa :

“Pengembangan jaringan yang dilakukan upline (Stokis) menggunakan sistem dimana upline merekrut member dua orang, ke kanan dan ke kiri yang disebut downline. Dan downline boleh merekrut anggota baru. Tidak harus berbentuk pohon piramida yang harus seimbang di kanan dan kiri jaringan guna tutup poin dan untuk kejar target di team. Saya berusaha membantu member/anggota untuk mengenalkan HNI-HPAI kepada calon anggota dengan mengenalkan dia dengan upline saya untuk menjelaskan tentang bagaimana cara kerja yang baik dan sukses.”⁹⁷

Dari hasil wawancara dengan Fitri Darleni (konsumen biasa)

yang menyatakan bahwa :

“Komunikasi pemasaran yang digunakan dengan mempromosikan produk dari mulut kemulut, atau dari pertemuan rutin yang dilakukan. keikutsertaan saya sebagai member HPAI hanya untuk mendapatkan potongan diskon

⁹⁵Efridayani Hutasuhut (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara* , 07 Februari 2020.

⁹⁶Mukhairi Harahap pemilik *Distribution Center* (DC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 18 Juni 2020.

⁹⁷Nurul Fatih (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 21 April 2020.

harga member, karena pembelian produk yang lumayan banyak dan produk yang saya konsumsi pribadi tidak untuk diperjualbelikan atau mencari keuntungan. Tetapi jika ada yang ingin bergabung menjadi anggota tidak menutup kemungkinan pula untuk merekrut member baru sebagai downline saya.”⁹⁸

Dari hasil wawancara dengan Fahimah Sari (konsumen biasa) yang menyatakan bahwa :

“Saya sebagai konsumen biasa hanya sebagai pemakai produk namun jika ada kawan yang ingin belanja dengan mendapatkan harga diskon maka saya mengajaknya untuk bergabung dan mengenalkannya kepada mentor saya yang sudah stokis.”⁹⁹

Berdasarkan hasil observasi peneliti bahwa dengan adanya pemberian motivasi yang dilakukan BC (*Business Center*) semakin banyak anggota yang bergabung setelah dikenalkan produk HNI-HPAI dan memutuskan untuk memakai produknya. Biasanya member ikut bergabung menjadi anggota dengan alasan yang pertama ikut berbisnis di *multi level marketing* dan ada pula bergabung sebagai member karena untuk potongan harga dari produk yang dibeli karena lebih hemat untuk pembelian berkala dalam konsumsi pribadi. Dengan bertambahnya member di bawah jaringannya sehingga pembelanjaan stokis juga semakin meningkat karena selain bisa belanja ke kantor BC (*Business Center*), anggota/member yang baru bergabung juga bisa membeli produk kepada stokis dan poin produknya bisa di input oleh stokis tersebut.

⁹⁸Fitri Darleni (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 Mei 2020.

⁹⁹Fahimah Sari (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 Mei 2020.

Sehingga dengan meningkatnya jumlah pembelanjaan yang diperoleh oleh agenstok maka dengan otomatis bonus yang diterima semakin meningkat. Perolehan bonus bersumber dari harga konsumen di kurangi harga agen, berikut beserta poin yang didapat dari penjualan produk. Poin tersebut sebagai penunjang karir dan *reward*.

2. Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) di Kota Padangsidempuan

Pemberian motivasi adalah suatu dorongan yang ada dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu demi mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Kegiatan yang dilakukan sangat dipengaruhi oleh dorongan, begitu juga dengan konsumen HNI-HPAI. Pemberian motivasi sangat dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan yang hendak dicapai oleh individu atau untuk mendapat keputusan dengan perbuatannya.

a. Motivasi Langsung (*Direct Motivation*)

Motivasi langsung adalah motivasi yang diberikan secara langsung dengan tatap muka kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Metode ini bersifat khusus ditujukan kepada konsumen (anggota). Karena pada dasarnya motivasi ini bertujuan membujuk khalayak atau masyarakat dengan anjuran pentingnya penggunaan hijrah produk halal sebagai seorang umat muslim. Komunikasi dalam setiap kegiatan HPAI di BC

Padangsidimpuan berjalan dengan penuh keakraban, karena dalam berkomunikasi semua peserta disebut sebagai mitra, sehingga tidak terlihat adanya perbedaan status satu sama lain.¹⁰⁰ Dalam mengenalkan profil HNI-HPAI ini maka pembinaan yang diberikan oleh BC Padangsidimpuan yaitu:

1. *Home Sharing* (HS)

Home Sharing (HS) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan bertatap muka tujuannya untuk bertukar pikiran antara mitra HNI. Seperti ketika ada salah seorang konsumen yang baru masuk anggota dan yang belum mengenal produk serta cara kerja bisnis tersebut Kepala BC (*Business Center*) pun memberi motivasi. *Home Sharing* ini juga seperti bercerita dan bisa di publikasi, misal mengajari bagaimana cara memasarkan produk, membuka AVO, ataupun cara menjadi Stokis bagi Agen Biasa yang belum menjadi Stokis.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Agustina selaku Kepala BC Padangsidimpuan menyatakan bahwa :

“Saya selalu mengingatkan kepada anggota baru bahwa selalu tanamkan dalam diri untuk pakai sistem metode yaitu PCA (Pakai-Cerita-Ajak) yang mana kita terlebih dahulu memakai barang yang ingin kita pasarkan sebagai bukti. Dan salah satu kegiatan yang harus diikuti mitra adalah *Home sharing*. *Home Sharing* sendiri juga merupakan kegiatan bertujuan mengenalkan produk HNI-HPAI ke konsumen. Sebenarnya untuk pembinaan ini tidak ada target berapa kali dilakukan dalam setahun, tetapi yang

¹⁰⁰Observasi Pelaksanaan Kegiatan di BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

pasti kalau di *Business Center* (BC) sini saat melakukan pembinaan harus menyediakan tempat.”¹⁰¹

Hal ini serupa juga disampaikan oleh Efridayani (stokis) ia menyatakan bahwa :

“Benar saya selalu memperluas jaringan dibawah saya, yaitu dengan PCA (pakai-cerita-ajak). Pertama saya gunakan produk nya, setelah saya tahu manfaat nya saya ceritakan ke orang lain, terutama ke orang-orang terdekat saya. Setelah mereka mau mencoba dan juga sudah merasakan manfaat dari produk nya maka saya mengajak untuk mengikuti bisnisnya jika pun hanya untuk sekedar jadi pemakai maka saya sarankan untuk tetap bergabung dan mendapatkan kartu diskon.”¹⁰²

Berkaitan dengan cara pembinaan yang dilakukan selain dengan bertatap muka juga dilakukan secara *online* dengan menggunakan media sosial seperti yang disampaikan oleh Mukhairi Harahap (*Distributor*) ia menyatakan bahwa :

“Pembinaan disini bisa lewat berbagai cara dek, seperti pesan ke grup Whatsapp, maupun bertemu secara langsung. Mekanismenya sederhana. Stokis memberi panduan bagaimana cara melakukan pemasaran produk melalui jejaring sosial maupun media lainnya.”¹⁰³

Dari hasil wawancara dengan Fahimah Sari (konsumen biasa) ia menyatakan bahwa :

“Memang benar saya hanya konsumen biasa, saya tetap mengikuti kegiatan *home sharing* itu tujuannya agar apa yang belum diketahui dapat ditanyakan disini soalnya bukan hanya calon anggota baru atau yang sudah menjadi member tetapi ada juga anggota yang sudah lama

¹⁰¹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *Business Center* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

¹⁰²Mutiara Hayati (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹⁰³Mukhairi Harahap pemilik *Distribution Center* (DC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 18 Juni 2020.

bergabung. Di *home sharing* kita dapat menanyakan segala hal yang berhubungan dengan HPAI.”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Epa Srimahyuni (konsumen biasa) ia menyatakan bahwa :

“Ketika saya mengikuti kegiatan *home sharing*, saya merasa sangat termotivasi untuk menggunakan produk halal, karena dalam produk tersebut sudah terjamin kehalalannya dan saya merasakan khasiat dari produk tersebut.”¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fitriana Nasution (Konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Saya merasakan termotivasi dengan adanya kegiatan *Home Sharing* ini, karena dalam kegiatan ini juga menjelaskan bagaimana cara sukses dalam mempromosikan bisnis HNI-HPAI, sehingga saya tertarik untuk menjalankan kegiatan dan menggunakan produknya.”¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Melda Khairani (Konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Dengan mengikuti kegiatan *home Sharing* saya memang termotivasi, akan tetapi setelah selesai acara dari home sharing, beberapa hari kemudian saya merasakan tidak tertarik lagi untuk menggunakan produk tersebut, karena dalam produk lain ada yang lebih murah dan bisa juga untuk digunakan, menurut saya buat apa menggunakan yang mahal sedangkan ada yang lebih murah untuk digunakan.”¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Cahya (Konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Saya juga merasa termotivasi untuk menggunakan produknya saja tapi untuk mengikuti kegiatannya saya

¹⁰⁴Fahimah Sari (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹⁰⁵Epa srimahyuni (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹⁰⁶Fitriana Nasution (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹⁰⁷Melda Khairani (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

kurang termotivasi karena meskipun kegiatan ini tidak berbayar tapi tempat diadakannya kegiatannya harus ke BC sehingga saya mengalami kesulitan mengikutinya.”¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rina Sari (Konsumen biasa) ia mengatakan bahwa:

“Saya sebagai anggota merasa perlu untuk mengikuti kegiatan *home sharing* ini, dimana disini saya bisa memperoleh pembinaan dari mentor-mentor saya yang sudah sukses meskipun terkadang tidak bisa langsung bertatap muka tetapi bisa melalui media sosial misalnya grup whatsapp, Sehingga saya merasa termotivasi untuk menggunakan HNI-HPAI.”

Berdasarkan observasi peneliti menemukan bahwa *home sharing* yang dilakukan dapat mendorong mitra/member untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Diskusi yang dilakukan sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat) antara mitra agen HNI-HPAI. Bahan utama komunikasi yang dibangun adalah bercerita tentang pengalaman menggunakan produk-produk HNI-HPAI sekeluarga. Sebagaimana konsep PCA (pakai-cerita-ajak). Jadi konsep dasar yang dibangun adalah membangun kepercayaan dengan calon mitra menggunakan bahasa testimoni atau pengalaman pribadi sekeluarga dari menggunakan produk HNI-HPAI.¹⁰⁹

¹⁰⁸Cahaya purnama (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹⁰⁹Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

Tabel 1**JADWAL PELAKSANAAN KEGIATAN BC PADANGSIDIMPUAN**

No	Hari/ Tanggal	Motivator	Materi	Tempat	Jumlah
1.	Minggu, 19 Januari 2020	Agustina Sari Harahap	HEBAT (<i>Herbalist & Bussiness Achievement Training</i> Padangsidimpuan)	Aula Mesjid Al Abror Padangsidimpuan	± 50 orang
2.	Rabu, 22 Januari 2020	Agustina Sari Harahap	Mindset pengusaha bagaimana berpikir seperti pengusaha sukses	BC Padangsidimpuan	± 25 orang
3.	Minggu, 2 Februari 2020	Agustina Sari Harahap	Grand BSC (<i>Business Skill Course</i>)	Aula MAN 2 Padangsidimpuan	± 50 orang
4.	Rabu, 12 Februari 2020	Agustina Sari Harahap	Saatnya hijrah saatnya mulai hidup berkah	BC Padangsidimpuan	± 25 orang
5.	Rabu, 19 Februari 2020	Agustina Sari Harahap	Ayo hijrah ke produk halal	BC Padangsidimpuan	± 25 orang
6.	Rabu, 26 Februari 2020	Agustina Sari Harahap	Home sharing online : peluang sukses 5S HNI	BC Padangsidimpuan	± 15 orang
7.	Rabu, 8 Maret 2020	Agustina Sari Harahap	H.E.B.A.T Padangsidimpuan - Deteksi dini gangguan kesehatan melalui telapak tangan - Solusi hidup sehat dengan yang alami - Sukses bisnis bersama jaringan halal	Aula Mesjid Al Abror Padangsidimpuan	± 50 orang
8.	Rabu, 11 Maret 2020	Agustina Sari Harahap	Home sharing online	BC Padangsidimpuan	-
9.	Rabu, 18 Maret 2020	Agustina Sari Harahap	Home sharing online	BC Padangsidimpuan	-

Sumber : Dokumen HNI-HPAI Business Center Padangsidimpuan 2020

Dalam melaksanakan kegiatan pemberian motivasi berikut hasil observasi pelaksanaan kegiatan di BC Padangsidimpuan.

- 1) Materi yang disampaikan adalah tentang pentingnya hijrah menggunakan produk halal. Pada materi ini disampaikan bahwa sebagai seorang muslim wajib untuk mengetahui segala hal-hal yang mengandung dari zat haram dan akibat yang ditimbulkan olehnya. Sehingga disarankan untuk menjauhi atau meninggalkan kebiasaan tersebut. Selain itu juga disampaikan solusi yang baik dengan cara mengganti dengan produk yang lebih terjamin kehalalannya serta kualitas yang baik.
- 2) Materi yang disampaikan adalah tentang bagaimana berpikir seperti pengusaha yang sukses. Pada materi ini disampaikan bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan dan kesuksesan harus selalu berusaha dan berdoa dengan sungguh-sungguh. Kesungguhan dan bekerja keras sangat dianjurkan dalam Islam, sehingga diharapkan bagi konsumen yang ingin menekuni bisnis sampai sukses harus bersungguh-sungguh dalam menjalankannya dengan selalu menanamkan nilai-nilai keislaman dalam proses jual-belinya.
- 3) Materi selanjutnya yang disampaikan adalah tentang peluang sukses yang benar-benar serius dalam menjalankan bisnisnya. Dalam materi ini disampaikan bahwa banyak sekali *benefit* atau

manfaat yang akan diperoleh yaitu berupa pendapatan, bonus reward dan juga diskon yang mana diharapkan akan membantu memperbaiki perekonomian umat.

- 4) Materi selanjutnya adalah solusi hidup sehat dengan yang alami. Pada materi ini disampaikan bahwa berbagai solusi untuk menjalani hidup sehat yaitu dengan memperhatikan pola makan dan rutin untuk olahraga. Artinya kesehatan yang paling penting adalah menjaga tubuh sebelum mengalami sakit, yaitu dengan memperhatikan gaya hidup sehingga konsumen dapat memilih untuk menggunakan suplemen kesehatan yang sudah terbukti kualitas dan kehalalannya.

Berdasarkan hasil observasi bahwa dalam pelaksanaan pemberian motivasi di BC HNI-HPAI Padangsidimpuan pada hakikatnya adalah untuk mencapai tujuan yaitu membina dan mengenalkan tentang HNI-HPAI. Konsumen dibina melalui beberapa kegiatan yang dilaksanakan dalam pemberian motivasi yaitu sosialisasi untuk hijrah produk, nasehat untuk menjaga kesehatan, mengikuti kegiatan home sharing dan KHT yang bertujuan untuk membekali pemahaman konsumen tentang produk yang baik untuk dikonsumsi serta meningkatkan perekonomian umat.¹¹⁰

¹¹⁰Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

2. Kuliah Herba Thibbunnabawi (KHT)

KHT diberikan untuk masyarakat umum dan agen HNI-HPAI sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan. Pada Kuliah Herba Thibbunnabawi, diajarkan berbagai pengetahuan dan keterampilan. Mulai dari cara mendeteksi kondisi kesehatan dengan melihat gejala-gejala tertentu pada tubuh seseorang, penyebab dan akibatnya serta cara mengatasinya. Para agen/mitra dapat memanfaatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk membantu masyarakat mengatasi berbagai keluhan kesehatan yang dialami.

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Agustina Sari Harahap menyatakan bahwa :

“Nah di BC ini juga saya mengadakan pembinaan yaitu KHT dan dia sistemnya berbayar dek. Pada KHT ini diajarkan berbagai pengetahuan dan keterampilan. Mulai dari cara mendeteksi kondisi kesehatan dengan melihat gejala-gejala tertentu pada tubuh seseorang, penyebab dan akibatnya serta cara mengatasinya. Dan dalam pembinaan ini saya dikenalkan konsep 5 S yaitu: Ciri khasnya yang pertama produknya jelas halal. Selamat, misalnya sisi akidah apa yang menjadi sesuatu yang masuk ke dalam tubuh kita harus mempunyai prinsip halal walaupun itu namanya obat. Biasanya banyak yang mengatasnamakan darurat akhirnya yang diminum tidak bisa diidentifikasi apakah itu halal atau haramnya. Kemudian di HNI-HPAI ini prinsip sayakaitkan dengan sesuatu yang halal dan *thoyyiban* dek. Selanjutnya yaitu Smart, dalam artian kita bergabung dan aktif di HNI-HPAI akan menjadikan seorang agen bersama keluarganya semakin tambah tereduksi dan tercerahkan atas berbagai pemahaman ilmu tentang konsep kesehatan keluarga, keterampilan bisnis, kemampuan komunikasi, dan karakter kepemimpinan. Ketiga yaitu Sejahtera, dengan bonus-bonus yang diberikan oleh Perusahaan HNI-HPAI kepada agennya yang berprestasi

tentunya akan menambah penghasilannya. Keempat yaitu Saudara, saat kita merekrut agen kita anggap mereka sebagai saudara, saling menebar kebaikan dan manfaat. Terus yang terakhir yaitu Sehat, bergabung di HNI-HPAI akan menjadikan seorang agen dan keluarganya semakin bertambah sehat karena produk-produknya terjamin halal.”¹¹¹

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Kuslina

Andari (stokis) ia menyatakan bahwa :

“Saya pernah diajarkan cara melakukan deteksi penyakit, cara melakukan terapi, mengenal produk herbal dan penggunaannya, termasuk melakukan sinergi beberapa produk untuk menghasilkan ramuan yang lebih efektif. Intinya KHT menjadikan kami menjadi mitra pengobatan herbal dan siap membantu masyarakat.”¹¹²

Berdasarkan hasilwawancara denganNurul Fatih (Stokis) ia menyatakan bahwa :

“Saya merasa kurang termotivasi untuk mengikuti kegiatan KHT ini karena kegiatannya berbayar. Namun kegiatan lain seperti home sharing yang tidak harus mengeluarkan biaya saya tetap mengikuti meski disela-sela kesibukan saya mencoba meluangkan waktu mengikuti kegiatannya.”¹¹³

Berdasarkan hasilwawancara denganEfridayani (Stokis) ia menyatakan bahwa :

“Saya juga merasa kurang termotivasi untuk mengikuti kegiatan KHT ini karena kegiatannya berbayar. Jadi saya hanya memilih untuk jadi konsumen yang menggunakan produk saja karena untuk mengikuti pembinaannya harus mengeluarkan biaya.”¹¹⁴

¹¹¹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *BusinessCenter* (BC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 02 Februari 2020.

¹¹²Mutiara Hayati (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹¹³Nurul Fatih (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹¹⁴Efridayani Hutasuhut (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Rina sari, Maya, Fitriana dan juga Epa Srimahyuni yang menyatakan bahwa :

“Kami memutuskan untuk menjadi pemakai produk HNI-HPAI namun untuk mengikuti pelatihan KHT ini yang mengeluarkan biaya kami berpikir ulang karena biaya yang harus dibayarkan lumayan mahal.”¹¹⁵

Berdasarkan hasil observasi peneliti bahwa selain mengenalkan produk di HNI-HPAI ini juga diajarkan keterampilan yang dapat membantu agen untuk lebih mudah dalam menjalankan bisnis ini yaitu dengan mengikuti kegiatan Kuliah Herba Thibbunnabawi (KHT) dan mendapatkan keterampilan untuk mendiagnosis kondisi kesehatan. Dengan mengetahui gejala ataupun kondisi kesehatan seseorang sehingga mitra akan mampu menyarankan sinergi herbal yang dapat membantu masyarakat dan menyarankan pengobatan yang bagus dengan pengobatan herbal dari produk HNI-HPAI. Selain itu juga tentunya akan menambah penghasilan dari bonus yang didapatkan. Namun kegiatan ini juga tidak terlalu banyak menarik minat konsumen karena sistemnya berbayar.¹¹⁶

¹¹⁵Rina sari, Maya, Fitriana dan juga Epa Srimahyuni (konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 07 April 2020.

¹¹⁶Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

b. Metode Tidak Langsung (*Indirect Motivation*)

Metode tidak langsung adalah motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian, seperti pelayanan yang memuaskan, kualitas barang ditingkatkan, dan lain sebagainya.

1) Kualitas Produk

Salah satu faktor yang menjadikan konsumen melakukan pembelian adalah dengan mengetahui kualitas produk yang ditawarkan dan harga yang terjangkau. Maka perlu bagi seorang agen mengetahui khasiat produk yang akan ditawarkan dan juga tahu bagaimana cara mempromosikan produk sehingga orang percaya dengan khasiat produk tersebut.

Hal tersebut dibenarkan Agustina Sari Harahap:

“Produk yang ditawarkan ini sudah terbukti kualitasnya dek, dimana sudah begitu banyak member yang membuktikan khasiatnya sendiri. Jadi kita mempromosikan dengan menceritakan pengalaman Agen yang berhasil sembuh dengan melakukan ikhtiar dengan produk-produk dari HNI-HPAI. Dan biasanya memang konsumen yang melakukan pembelian akan kembali lagi dengan alasan sudah merasakan manfaat dari produk yang dikonsumsinya. Misalnya produk pasta gigi yang terbukti khasiatnya.”¹¹⁷

Hal serupa juga disampaikan Cahya Purnama dan Melda

Khairani (konsumen biasa):

“Produk yang rutin saya gunakan yaitu sabun kolagen, minyak zaitun, dan pasta gigi. Karena saya sudah pakai dan tahu manfaat dari produknya jadi saya tidak ada keinginan

¹¹⁷Agustina Sari Harahap selaku pemilik *BusinessCenter* (BC) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

untuk mengganti lagi karena udah cocok dengan ini. Meskipun harganya sedikit lebih mahal tapi menurut saya harga sudah sesuai dengan kualitas.”¹¹⁸

Hal yang sama juga disampaikan oleh Rina Sari:

“Saya sudah menggunakan produk krim siang malam dari HNI-HPAI dan merasakan bahwa ini produk yang cocok dengan wajah saya, karena sudah tau kualitasnya saya memutuskan untuk bergabung menjadi mitra dan menceritakan pengalaman saya kepada keluarga dan teman-teman supaya mereka juga ikut beralih menggunakan produk HNI ini.”¹¹⁹

Berdasarkan hasil observasi peneliti kualitas dari produk juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Meskipun relatif lebih mahal dari produk sejenis di pasaran namun tidak sedikit yang beralih menggunakan produk HNI-HPAI seperti pasta gigi karena sudah merasakan manfaatnya. Hal ini terlihat dari banyaknya testimoni yang diberikan oleh pemakai produk dan melakukan pembelian kembali ke agenstok terdekat di sekitarnya.¹²⁰

2) Fasilitas Pelayanan Mitra/agen

HNI *SupportSystem* memberikan langkah-langkah arah yang benar sederhana namun tepat untuk diikuti, sehingga mencapai hasil yang maksimal. Kemudian peneliti melakukan penggalian informasi terkait jenis kegiatan Pemberian motivasi yang dilakukan

¹¹⁸Cahya Purnama dan Melda Khairani (Konsumen biasa) HNI-HPAI, *Wawancara*, 07 Mei 2020.

¹¹⁹Rina Sari (Konsumen biasa) HNI-HPAI, *Wawancara*, 07 Mei 2020.

¹²⁰Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidimpuan Tahun 2020.

di *BusinessCenter* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan sebagaimana penuturan Ibu Agustina sebagai berikut:

“Kalau di *BusinessCenter* (BC) sendiri, saya memberikan motivasi bisa dilakukan secara *online* yaitu melalui *broadcast* di grup whatsapp maupun secara *offline* dengan melakukann kegiatan seminar dan pelatihan, *homesharing* dan juga KHT (Kuliah Herba Thibbunabawi)”¹²¹

Selain itu seperti yang dikemukakan oleh Nurul Fatih(stokis):

“Kalau saya dek, jika ada member/downline di bawah jaringan saya yang belanja produk ke saya akan saya antarkan langsung tanpa ongkir jika masih daerah padangsidimpuan, namun jika sudah luar sidimpuan seperti paluta maka akan saya kirimkan ke loket dan biasanya jika pembelian melebihi 200 poin maka akan saya kasih bonus ongkir nya saya yang tanggung dek.”¹²²

Hal lain juga disampaikan oleh Kuslina Andari(stokis) yang menyatakan bahwa :

“Kalau saya dek jika ada member di bawah jaringan saya yang kekurangan modal maka saya akan memperbolehkan untuk membawa produknya dulu, dan dalam jangka waktu yang sudah kami sepakati di bayarkan dengan begitu dia akan tetap dapat mengejar target dan saya juga mendapat bonus dengan prestasi yang diperolehnya dengan sedikit bantuan saya. Maka bisa dibilang kami sama-sama memberi keuntungan bagi masing-masing.”¹²³

Mutiara hayati (stokis) juga menambahkan:

“Saya itu selalu berusaha untuk membantu jaringan saya memahami bagaimana cara kerja dalam bisnis ini dek, misalnya dengan mengajarkan bagaimana cara mengajak orang lain untuk bergabung dengan bisnis ini dan membantu calon prospek untuk memahami tentang bagaimana melakukan promosi terhadap barang yang akan dijual.”¹²⁴

¹²¹Agustina Sari Harahap selaku pemilik *BusinessCenter* (BC) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Januari 2020.

¹²²Nurul Fatih (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 21 April 2020.

¹²³Kuslina Sari (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 10 Februari 2020.

¹²⁴Mutiara Hayati (Stokis) HNI-HPAI Padangsidimpuan, *Wawancara*, 21 April 2020.

Berdasarkan hasil observasi peneliti maka dalam menjalankan bisnis ini diharapkan kepada setiap orang yang terlibat didalamnya menjalankan sesuai dengan kaidah Islam dengan jalan tolong-menolong serta mengajak kepada kebaikan. Meskipun dengan berbagai cara yang berbeda, Setiap Agen/upline memang mempunyai fasilitas pelayanan untuk membantu dan membina jaringannya untuk dapat sukses sama-sama dalam menjalankan bisnis ini, maka bisnis ini merupakan ladang amal bagi seseorang juga untuk saling tolong-menolong kepada orang lain dan Insya Allah akan menjadi berkah kepada yang ikhlas menjalankannya.¹²⁵

¹²⁵Observasi Pelaksanaan Kegiatan Pemberian Motivasi BC HNI-HPAI Padangsidempuan Tahun 2020.

Tabel 2**HASIL PERUBAHAN KONSUMEN SETELAH DIBERIKAN MOTIVASI**

NO.	NAMA	KONDISI		
		Kurang termotivasi	Termotivasi	Sangat termotivasi
1.	Mukhairi Harahap (DC)	-	-	✓
2.	Kuslina Andari (Stokis)	-	-	✓
3.	Efridayani Hutasuhut (Stokis)	-	-	✓
4.	Marhamni	-	✓	-
5.	Fitriana Nasution	-	✓	-
6.	Fitri Darleni	-	✓	-
7.	Maya Angelia	-	✓	-
8.	Ramayani	✓	-	-
9.	Cahya Purnama	✓	-	-
10.	Melda Khairani	✓	-	-
11.	Rina Sari	-	✓	-
12.	Fahimah SariHarahap	-	✓	-
13.	Mutiara Hayati (Stokis)	-	-	✓
14.	Shanti Rahmadani	-	✓	-
15.	Maya Sari Harahap	-	✓	-
16.	Nurul Fatih	-	✓	-
17.	Epa Serimahyuni	✓	✓	-
18.	Bitu Nurhidayati	✓	✓	-

Keterangan :

- Kurang termotivasi : Konsumen tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk HNI-HPAI
- Termotivasi : Konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk HNI-HPAI, dan mengikuti jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh BC Padangsidimpuan, serta menjalankan bisnisnya.
- Sangat termotivasi : Konsumen yang melakukan pembelian ulang terhadap produk HNI-HPAI, dan mengikuti jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh BC Padangsidimpuan serta melakukan perekrutan untuk memperluas jaringan dan menjadi agenstok halalmart HNI-HPAI dan mendistribusikannya.

C. Analisis Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Pemberian Motivasi oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al Wahida Indonesia) Kepada Konsumen di Kota Padangsidimpuan” maka peneliti mencermati melalui hasil penelitian ini bahwa pemberian motivasi dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk HNI-HPAI dan juga membantu para mitra yang ingin sukses menjalankan bisnis tersebut.

Dari hasil observasi yang peneliti dapatkan motivasi langsung yang paling banyak diikuti oleh mitra HNI-HPAI adalah *homesharing* dimana ini merupakan pembinaan yang diberikan dengan tidak berbayar dan juga selain bertatap muka bisa dilakukan dengan online menggunakan *Whatsapp*. Sedangkan motivasi tidak langsung yang paling mempengaruhi adalah kualitas produk itu sendiri, dimana banyaknya konsumen yang melakukan pembelian ulang produk karena merasakan manfaat yang diterima dari produk HNI-HPAI.

Pemberian motivasi merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Karena dari motivasi tersebut maka konsumen menjadi tahu akan produk HPAI dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dari beberapa produk umum yang konsumen ketahui. Sehingga konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian produk HPAI. Selain itu juga pemberian motivasi memberikan kontribusi yang baik bagi konsumen yang ingin serius menjalankan bisnis dan mencapai kesuksesan sesuai dengan kaidah Islam dimana dengan pemberian bonus yang dilakukan diharapkan dapat membantu perekonomian umat. Selain menawarkan produk, dalam melakukan motivasi HNI-HPAI juga memberikan edukasi yang baik kepada

konsumen. Sehingga motivasi yang dilakukan tidak hanya bertujuan menjual dan memasarkan produk, tetapi juga sebagai media dakwah dan juga sarana untuk memperbaiki perekonomian umat.

Pemberian motivasi tidak semua diterima dengan baik oleh konsumen hanya beberapa yang sering diikuti seperti *home sharing* karena kegiatannya tidak berbayar dan bisa diduplikasi kepada calon konsumen yang ingin diajak bergabung dengan HNI-HPAI. Meskipun demikian karena konsumen yakin dengan kualitas produk sehingga memutuskan untuk tetap menggunakan produk dan melakukan pembelian ulang. Namun tidak semua konsumen termotivasi untuk menggunakan karena dipengaruhi oleh ekonomi yang membuat mereka untuk tidak beralih menggunakan produk HNI-HPAI.

Dengan demikian pemberian motivasi yang dilakukan oleh kepala cabang BC HNI-HPAI Padangsidimpuan yang paling banyak termotivasi adalah motivasi langsung untuk mengikuti kegiatan *home sharing*. Dan kegiatan Kuliah Herba Thibbunnabawi (KHT), dikarenakan karena kegiatan ini berbayar dan tidak semua konsumen tertarik untuk mengikutinya. Sedangkan motivasi tidak langsung yang paling berpengaruh untuk memotivasi konsumen ialah kualitas produk itu sendiri, ini bisa dibuktikan dari keputusan mitra yang tetap melakukan pembelian terhadap produk HNI-HPAI karena sudah merasakan manfaat dan mengetahui akan kualitas produk tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. Jenis-jenis pemberian motivasi yang dilakukan oleh BC (*Bussines Center*) berupa motivasi menggunakan sosialisasi untuk hijrah produk halalan tayyiban, nasehat untuk memperoleh kesehatan, pendapatan dan pemberian bonus, diskon, royalti serta promo telah terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Motivasi juga menjadikan konsumen mengetahui akan produk HNI-HPAI dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dari beberapa produk umum yang konsumen ketahui. Dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, maka motivasi yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah mampu menarik perhatian konsumen. Sehingga konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian produk HNI-HPAI. Pemberian motivasi yang dilakukan BC HNI-HPAI Padangdimpuan terbukti dapat meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk dari HNI-HPAI. Hal ini terlihat bahwa stokis, konsumen atau masyarakat banyak yang termotivasi untuk membeli dan memanfaatkan produk dari HNI-HPAI.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Para mitra sebaiknya mengembangkan jaringan yang berdasarkan pada ketentuan syariah, seperti melakukan promosi dengan menjelaskan kualitas produk sesuai dengan kondisi produk tanpa melebih-lebihkan kualitas produk.
- 2) *Bussines Center* (BC) sebaiknya melakukan kerja sama dengan MUI dan pakar-pakar kesehatan untuk mendidik masyarakat tentang pentingnya produk halal.
- 3) Bagi penelitian yang akan datang diharapkan untuk menambah atau mengganti variabel lain sehingga menghasilkan data yang baru dan lebih baik serta diharapkan memperluas penelitian baik dari segi wilayah dan sampel, karena mungkin masih terdapat banyak faktor yang mendukung dan banyak teori-teori lain yang dapat digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Surya Dwi Putra, “Komunikasi Persuasif PT Herba Penawar Alwahida (HPAI) Dalam Membangun Jaringan Di Kota Pekanbaru”, dalam *Jurnal JOM FISIP*, Volume 5 No.1, April 2018

Amini, *Perilaku Organisasi* Bandung: Cita Pustaka. 2004.

Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* Bandung: PT Refika Aditama. 2012.

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: permada media. 2011

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Bandung*: Nur Alam Semesta. 2013.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka. 1999.

Djam'an Satori dan Aan komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta, 2010

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen pendekatan praktis disertai : himpunan jurnal penelitian*, Yogyakarta: Cv Andi Offset. 2013

Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, Jakarta : Kencana, cet. Ke-2, 2006

George R. Terry & Leslie w. Rue, *dasar-dasar manajemen* Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2005

George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* Jakarta: Radar Jaya Offset. 1993

Hamalik, *Proses Belajar Mengajar* Jakarta: PT Bumi Aksara. 2004

Hizkia Elfran Mawey, “Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Rajawali Nusindo Cabang Manado”, Vol.1 No.4, Desember 2013.

<http://www.hpaindonesia.net>, di unduh 16 September 2019 Pukul: 10.00 WIB.

<http://www.herbalismart.com>, di unduh 10 Oktober 2019 Pukul: 21.00 WIB.

<https://salamadian.com/struktur-organisasi/> diunduh 15 Maret 2019 pukul 21.26 wib

- Kelompok Kerja CELLS HPAI, *DiktatKHTDasar*, (penerbit CELLS HPAI, 2016)
- Kementerian Agama RI, *AlQur'andanTerjemah : Asbabun Nuzul dan Tafsir Bil Hadis*, (Bandung : Nur Alam Semesta, 2013)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Rosdakarya. 1999
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* Jakarta: Rineka Cipta.2005
- Malayu Hasibuan, SP, *Organisasi dan Motivasi* Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Malayu S.P, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah* Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia 2005.
- Muchdarsyah Sinungan, *produktivitas Apa dan Bagaimana* Jakarta: PT. Bumi Aksara.2008.
- M. Quroish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Jilid 9* Jakarta: Rajawali Pers,2011.
- M. Afif Fathi Ramadhan, “Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ekolabel (Studi Pada Produk Pt Ultrajaya)”, Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 57, No. 1, April 2018.
- Nugroho J. Setiadi., *Perilaku Konsumencet ke-4* Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2010.
- Philip Kotler & John Bowen, *Pemasaran, Perhotelan dan Kepariwisata* Jakarta: PT Prenhallindo,2002.
- PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Buku Panduan Sukses HPAI*, Jakarta:2019
- Sudarwan Danim, *Motivasi, Kepemimpinan Dan Efektivitas Kelompok* Jakarta: Rineka Cipta,2012.
- Suharsimi Arikunto, *Managemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta,2003.
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Garfika, cet. Ke-3, 2004
- S. Nasution, *Metode Research* Jakarta: Bumi Aksara,2003.

Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* Jakarta : Rineka Cipta,2012.

Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta,2013.

Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge *Perilaku Organisasi* Jakarta: Salemba Empat, 2007

Ujang Samarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*Bogor: Ghalia Indonesia,2011

W.J.S. Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka,1998

Zulchaidir B.Firly Ramly, *The Master Book to be The Best Market Leader* Bekasi : Fighter Publishing, 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri

- a. Nama : Rani Elvani Tambunan
- b. Tempat/Tanggal Lahir : Singkuang, 16 Desember 1996
- c. Agama : Islam
- d. Jenis Kelamin : Perempuan
- e. Alamat : Hutalambung
Kec. Batang Onang

2. Orangtua

- a. Ayah
Nama : Alm. Hisar Tambunan
Pekerjaan : -
- b. Ibu
Nama : Ida Hannum Siregar
Pekerjaan : Petani
- c. Alamat : Hutalambung
Kec. Batang Onang

3. Pendidikan

- a. SD N 100050 Pasarmatanggor tamat tahun 2007
- b. SMP N 1 Pasarmatanggor tamat tahun 2010
- c. SMA N 1 Batang Onang tamat tahun 2013
- d. Tahun 2015 melanjutkan pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Bimbingan Konseling Islam

LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan pimpinan BC (*Business Center*)HPAI kota Padangsidempuan

1. Apakah ada pemberian motivasi di BC HPAI kota Padangsidempuan?
2. Apa saja jenis pemberian motivasi yang dilakukan di BC HPAI kota Padangsidempuan?
3. Apakah bimbingan motivasi tersebut berjalan dengan lancar?
4. Siapa saja yang bertanggung jawab memberikan motivasi di BC HPAI kota Padangsidempuan?
5. Apa saja item yang disampaikan saat *Home* memberikan motivasi di BC HPAI kota Padangsidempuan?
6. Setiap kapan *Home Sharing* dilaksanakan BC (*Business Center*)HPAI kota Padangsidempuan?
7. Apakah ibu memberikan bimbingan dalam bentuk *Home Sharing* itu berupa nasehat?
8. Apakah *Home Sharing* dapat memotivasi kerja downline di BC (*Business Center*) HPAI kota Padangsidempuan?
9. Menurut ibu, apakah kegiatan *Home Sharing* itu berjalan dengan maksimal?
10. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pemberian motivasi tersebut?
11. Apa saja faktor yang menjadi kendala dalam kegiatan *Home Sharing* tersebut?

B. Wawancara dengan downline kantor cabang BC (*Business Center*) HPAI kota Padangsidempuan

1. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang pemberian motivasi yang dilakukan oleh kantor cabang BC (*Business Center*) HPAI kota Padangsidempuan?
2. Materi apa yang diberikan saat *Home Sharing*?
3. Menurut bapak/ibu, seberapa penting pemberian motivasi yang dilaksanakan di BC (*Business Center*) HPAI kota Padangsidempuan?
4. Apakah setelah diberikan *Home Sharing* kesadaran untuk mencapai hasil kerja bapak/ibu meningkat?
5. Apakah ada pengaruh pemberian motivasi terhadap layanan yang bapak/ibu berikan kepada konsumen?

C. Wawancara kepada stokist PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) BC (*Business Center*) Padangsidempuan

1. Bagaimana proses pengembangan jaringan dan sistem perekrutan member pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada BC (*Business Center*) Padangsidempuan ?
2. Bagaimana praktik penjualan barang pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)?
3. Bagaimana proses untuk menjadi member atau Downline di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) BC (*Business Center*) Padangsidempuan?

LAMPIRAN II

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul “pemberian motivasi oleh kepala kantor cabang BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kepada konsumen di kota Padangsidempuan”, maka penulis menyusun pedoman observasi sebagai berikut:

- 1) Mengobservasi letak geografis
- 2) Mengobservasi kegiatan home sharing sekaligus fasilitas yang ada di BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kota Padangsidempuan
- 3) Mengobservasi pimpinan yang memberikan bimbingan dalam bentuk home sharing di BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kota Padangsimpuan
- 4) Mengobservasi motivasi downline di BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al Wahida Indonesia) kota Padangsidempuan

DOKUMENTASI

Foto-foto kegiatan pemberian motivasi dengan mengadakan seminar dan *home sharing*:



Sosialisasi pengenalan profil HNI-HPAI, Pengenalan Produk



Wawancara dengan mitra HNI-HPAI



Wawancara dengan Kepala BC HNI-HPAI Padangsidempuan



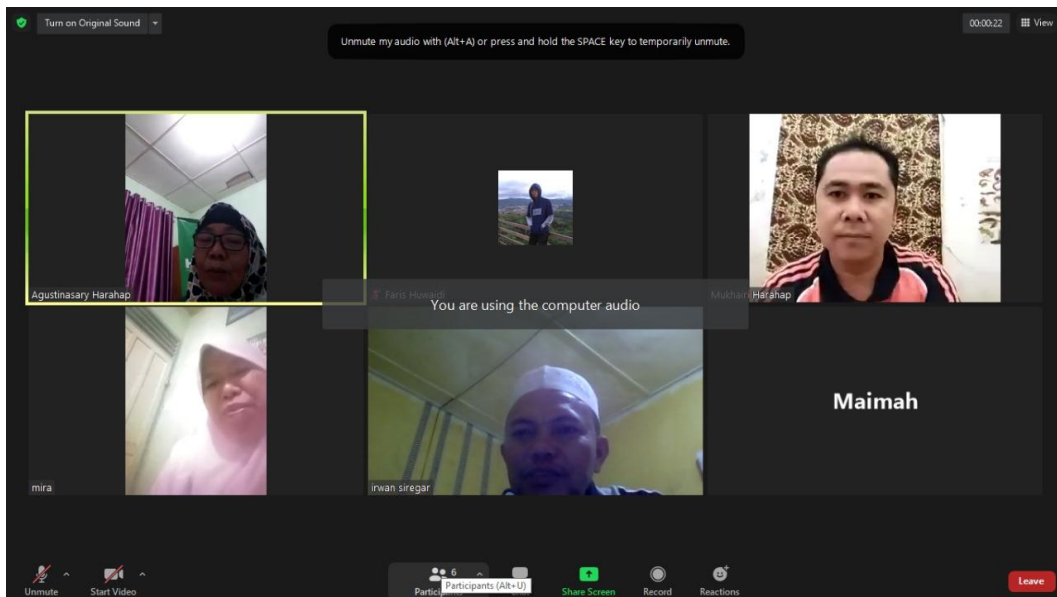
Kegiatan home sharing di BC Padangsidempuan



Home sharing di BC Padangsidimpuan



Home sharing online dengan aplikasi zoom





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin km 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

nomor
ampiran
al

: 269 /ln.14/F.6a/PP.00.9/03/2019

27 Maret 2019

: Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi

Kepada:

Yth. : 1. Dra. Hj. Replita, M.Si
2. Maslina Daulay, MA

Di tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama/NIM : RANI ELVANI TAMBUNAN / 15 302 00053
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ BKI
Judul Skripsi : "PEMBERIAN MOTIVASI OLEH KEPALA KANTOR CABANG BC (Business Center) HNI-HPAI (Halai Network Internasional)-Herba Penawar Al-Wahida Indonesia) KEPADA KONSUMEN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN"

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Menjadi Pembimbing-I dan Pembimbing-II penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.



Dekan

Dr. Ali Sati, M.Ag
NIP. 196209261993031001

Ketua Prodi

Maslina Daulay, MA
NIP. 197605102003122003

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/Tidak bersedia
Pembimbing I

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261995032001

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing II

Maslina Daulay, MA
NIP. 197605102003122003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan: T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22980 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2260/In.14/F.4c/PP.00.9/11/2019

29 Nopember 2019

Sifat : Penting

Lamp. : -

Hal : **Mohon Bantuan Informasi**
Penyelesaian Skripsi

Yth Kepala Kantor Cabang BC (Busines Centre) HNI-HPAI Kota Padangsidimpuan
Di Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menerangkan bahwa :

Nama : Rani Elvani Tambunan
NIM : 1530200053
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ BKI
Alamat : Hotalambung Kecamatan Batang Onang Paluta.

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "**Pemberian Motivasi oleh Kepala Kantor Cabang BC (Busines Centre) HNI-HPAI (Halal Network International – Herba Penawar Al-wahida Indonesia) Kepada Konsumen di Kota Padangsidimpuan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak untuk memberikan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut.

Demikian disampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Padangsidimpuan, 29 Desember 2019

a.n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Mohd Rafiq, MA

NIP. 196209261993031001

BUSENESS CENTER PADANGSIDIMPUAN

Jln. Sutan Soripada Mulia 72, Sadabuan Padangsidimpuan Kode Pos 22738

Nomor : Padangsidimpuan, Juli 2020
Sifat : Biasa Kepada Yth,
Lampiran : - Dekan Fakultas Dakwah
Hal : Surat keterangan telah dan Ilmu Komunikasi/BKI
Melaksanakan penelitian
di Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Menindak lanjut surat Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Bimbingan Konseling Islam IAIN Padangsidimpuan Nomor: 2260/In.14/F.4c/PP.00.9/11/2019 Tanggal 29 November 2019 tentang mohon bantuan informasi penyelesaian Skripsi dengan judul "Pemberian Motivasi Oleh Kepala BC (*Business Center*) HNI-HPAI (Halal Network International-Herba Penawar Al-wahida Indonesia) kepada konsumen di Kota Padangsidimpuan" atas nama:

Nama : Rani Elvani Tambunan
Nim : 1530200053
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/BKI
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Alamat : Desa Hutalambung, Kec. Batang Onang

Bahwa nama tersebut di atas benar telah melakukan penelitian di Business Center Padangsidimpuan demikian surat keterangan ini diperbuat kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Business Center Padangsidimpuan



Agustyna Sari Harahap