

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Palangka Raya merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Tengah. Secara geografis kota Palangka Raya memiliki luas wilayah 2.853,52 Km². Terletak pada 113°30 – 114°07' Bujur Timur dan 1°35'-2°24' Lintang Selatan. Dengan daerah yang sangat luas, Kota Palangka Raya merupakan wilayah administrasi kota terluas di Indonesia yang terdiri dari daerah perkotaan, pedesaan dan hutan. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Gunung Mas
2. Sebelah Timur dan Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pulang Pisau
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Katingan.

TABEL 4.1 KECAMATAN DI KOTA PALANGKA RAYA

Kecamatan	Ibukota Kecamatan
Pahandut	Pahandut
Sabangau	Kalampangan
Jekan Raya	Bukit Tunggul
Bukit Batu	Tangkiling
Rakumpit	Mungku Baru

Sumber: Profil Kota Palangka Raya Tahun 2017 oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya

a. Data Penduduk

Menurut data tahun 2017 yang dikelola oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palangka Raya, jumlah penduduk Kota Palangka Raya sebanyak 258.156 yang terdiri atas 132.191 orang laki-laki atau 51,2% dan perempuan sebanyak 125.965 orang atau 48,8%. Adapun jumlah keluarga di Kota Palangka Raya sebanyak 80.534 keluarga. Sebanyak 14.642 keluarga atau 18% dikepalai oleh perempuan.

TABEL 4.2 JUMLAH PENDUDUK PER-KECAMATAN (DESEMBER 2017)

Kec.	Lk (orang)	Pr (orang)	Jumlah (orang)	Prosentase	Kepadatan (orang/Km)	Jumlah Keluarga	Kepadatan (Kk/Km)
Pahandut	42.496	40.796	83.292	32,2%	698	26.347	221
Bukit Batu	6.375	5.777	12.152	4,7%	20	3.820	6
Jekan Raya	70.535	67.599	138.134	53,5%	356	42.791	110
Sabangau	10.826	10.039	20.865	8,1%	33	6.367	10
Rakumpit	1.959	1.754	3.981	1,5%	3	1.179	1
Jumlah	132.191	125.965	258.156	100,0%	90	80.534	28

Sumber: Profil Kota Palangka Raya Tahun 2017 oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya

Penduduk Kota Palangka Raya terdiri atas berbagai suku dan agama. Jumlah pemeluk agama di Kota Palangka Raya berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palangka Raya sebagai berikut.

TABEL 4.3. JUMLAH KOMPOSISI PENDUDUK BERDASARKAN
AGAMA DAN KEPERCAYAAN TAHUN 2017

Agama	Pahandut	Bukit Batu	Jekan Raya	Sabangau	Rakumpit	Kota Palangka Raya	
Islam	66.029	8.512	85.868	17.067	1.706	179.182	69,70%
Kristen	15.027	3.177	45.051	3.497	1.853	68.605	26,69%
Khatolik	905	120	4.022	107	1	5.155	2,01%
Hindu	573	311	2.316	236	224	3.660	1,42%
Budha	201	8	224	15	-	448	0,17%
Konghucu	-	5	7	-	-	12	0,00%
Kepercayaan	6	2	11	-	10	29	0,01%
Jumlah	82.741	12.135	137.499	20.922	3.794	257.091	100,00%

Sumber: Profil Kota Palangka Raya Tahun 2017 oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya

Berdasarkan angka proyeksi tahun 2017, mayoritas penduduk Kota Palangka Raya menganut agama Islam yakni sebanyak 69,70%. Hal ini memungkinkan berkembangnya bisnis HNI-HPAI yang bertaraf syariah lebih besar. Perkembangan HNI-HPAI.

b. Perkembangan HNI-HPAI di Kota Palangka Raya

Tercatat sekitar 2 juta orang telah bergabung dengan jaringan perusahaan HNI-HPAI. *Network Marketing* nyatanya tersebar hampir ke seluruh wilayah Indonesia. Jumlah mitra rekrutan cabang Kota Palangka Raya dari Leader Inka Almanada Nasution berjumlah 5000 ID kartu *membership*. Sedangkan jumlah Agenstok di seluruh wilayah Kota Palangka Raya berjumlah 176 agenstok yang

terdiri dari 163 Stokis (SC), 8 Stokis Daerah (DC), 4 Pusat Agen (AC), dan 1 Cabang (BC).¹

Wilayah yang memiliki mitra HNI-HPAI paling banyak di Kota Palangka Raya di dominasi oleh Kecamatan Bukit Batu, Tangkiling. Dengan jumlah penduduk sekitar 12.152 orang. Mayoritas penduduk Tangkiling berasal dari suku Jawa yang lebih menyukai dan mengetahui manfaat dari bahan-bahan herbal sebagai jamu dan antibodi.

B. Penyajian Data Hasil Penelitian

Pada pembahasan ini dapat dipaparkan penyajian data penelitian. Untuk memudahkan peneliti dalam mengelola data maka peneliti membuat beberapa poin sebagai hasil penelitian agar lebih sistematis dan mudah dipaparkan berdasarkan rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Implementasi dakwah dalam komunikasi persuasif kepada mitra HNI HPAI Palangka Raya
 - a. Kajian Rutin *Home Sharing*

Kajian home sharing yakni kegiatan yang dilakukan oleh mitra HNI-HPAI dengan mengumpulkan mitra dalam satu tempat untuk diberikan nilai-nilai sesuai dengan kode etik perusahaan yang di atur dalam HNI *Support System*. *Home sharing* merupakan kegiatan rutin

¹ “Daftar Agen Stock – HPAI - Alamiah, Ilmiah, Ilahiah,” accessed August 12, 2020, <https://avo.hni.net/daftaragenstock/index>.

mingguan yang diadakan untuk memperkuat jaringan mitra dan menjaga hubungan antar sesama mitra maupun *up line* dan *down line*.

Adapun kegiatan rutin mingguan mitra HNI-HPAI di Kota Palangka Raya adalah Kajian *Home Sharing* yang di laksanakan dua kali dalam seminggu, yakni pada hari Selasa dan Jumat jam 16.30-17.30 WIB (ba'da asar hingga menjelang magrib). Terkadang *home sharing* juga di lakukan pada hari ahad atau minggu jika leader memiliki kesibukan pada hari yang dijadwalkan atau melakukan *home sharing* melalui daring.

Home sharing bertujuan me-recharge semangat mitra untuk terus berbisnis HNI-HPAI dan memperluas jaringan bisnisnya. Disamping itu, home sharing digunakan untuk mempererat hubungan antara *leader* dan mitra di bawahnya. Pemateri atau pemimpin *home sharing* ialah *leader* (*up line*) sedangkan audiensi terdiri dari *down line* yang telah di rekrut.

Dalam perspektif dakwah, up line bertindak sebagai *da'i* sementara *down line* sebagai mad'ū-nya. *Leader* akan memulai *home sharing* dengan menyampaikan dalil Alquran yang memerintahkan mengkonsumsi makanan halal. Ayat Alquran yang biasa di sampaikan oleh *da'i* ialah surah Al-Baqarah 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتٍ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 168)

Leader kemudian menjelaskan visi lama dan baru

Visi lama : menjadi produk halal dunia

Visi baru : menjadi pemimpin industri halal dunia

Slogan “halal is my way”

Leader menyampaikan ide besar perusahaan yang terdiri dari : menyediakan, menyiarkan dan menguasai pasar internasional. Dan menyebutkan keuntungan yang didapat ketika mengikuti HNI-HPAI yaitu: sehat, selamat, sejahtera. Dengan memakai secukupnya, ceritakan pengalamannya, kemudian mengajak orang sebanyak-banyaknya untuk memakai seperti kita (mitra HNI-HPAI).

Cara kerja bisnis (*how to start*) : daftar dan cara kerja benar. Yaitu mendaftar sebagai mitra HNI-HPAI dan bekerja hanya 1 jam sehari melalui media sosial dengan metode PCA (pakai, cerita, ajak) dan mengajak berhijrah ke produk yang *Halālān thayyibān*. Dengan memanfaatkan jari dan mulut untuk mengajak orang lain.

Home sharing juga dilakukan melalui media online yaitu dengan memanfaatkan fitur *streaming* video di media sosial instagram. Sebelum home sharing leader akan mempersiapkan handphone untuk melakukan *streaming* melalui instagram di bantu oleh mitra. Tujuannya agar mitra

yang tidak hadir pada saat itu tetap dapat mengikuti *home sharing*. Selain itu, melalui streaming video tidak hanya mitra yang dapat menonton tetapi juga orang lain.

Alat-alat yang biasa digunakan dalam *home sharing* terdiri dari:

TABEL 4.4. ALAT YANG DIGUNAKAN DALAM HOME SHARING

No.	Alat
1	Papan tulis
2	Spidol
3	LCD
4	Laptop
5	Tripot
6	Handphone

Sumber : data olahan

Home sharing merupakan sarana belajar bagi mitra. Segala persoalan mengenai perusahaan dan bisnis akan dijelaskan dalam *home sharing*. *Leader* akan selalu memberikan waktu dan kesempatan untuk melakukan tanya jawab dengan mitra. Materi utama dalam *home sharing* adalah cara memulai bisnis dan membahas isu-isu perekonomian dunia.

Materi lain yang disampaikan oleh *leader* yaitu cara mengoperasikan AVO (*Agent Virtual Office*) dengan mengakses webiste hni.net dan memasukkan nomor ID dan password pribadi. AVO berisi status keanggotaan mitra dan jaringan bisnisnya. AVO merupakan akun

pribadi mitra yang digunakan untuk melihat perkembangan bisnis serta *reward* yang didapatkan oleh mitra.

b. Kualifikasi *leader* sebagai *da'i*

Leader atau *up line* diposisikan sebagai *da'i* yang menyeru kepada mitra bawahannya (*mad'ū*) untuk menggunakan produk halal dari perusahaan HNI-HPAI. *Leader* adalah setingkat manajer atau lebih tinggi yang telah lebih dulu mengerti dan mengetahui jalannya bisnis HNI-HPAI dan merupakan penggiat HNI-HPAI yang telah berhasil merekrut *down line*. *Da'i* telah di didik dan di bimbing oleh *up line* yang merekrutnya maupun mentor yang telah ditunjuk dan ditentukan oleh perusahaan setelah dinyatakan bergabung dan memiliki nomor ID keanggotaan.

Perusahaan memposisikan *leader* sebagai ujung tombak marketing. Sehingga *leader* dijadikan cerminan perusahaan HNI-HPAI yang berbasis syariah. Artinya, *leader* telah dilatih untuk dapat menyampaikan dakwah sesuai prosedur perusahaan. Penyampaian dakwah yang dilakukan selalu mengajak untuk berhijrah produk dan menyampaikan pentingnya menggunakan produk yang halal.

Pada kegiatan *home sharing* (1 Maret 2019) *leader* menyampaikan pentingnya memperhatikan makanan dengan mengutip ayat dalam Surah Al-Baqarah ayat 168, tentang makanan yang *Halālān thayyibān*. *Leader* menyampaikan sebab yang mengharuskan umat muslim mengkonsumsi makanan halal yang sesuai ajaran Islam dan anjuran Rasulullah Saw. karena dapat memengaruhi kualitas ibadah seorang hamba sebagaimana

hadis Nabi dalam riwayat Muslim yang menyatakan tertolaknya doa akibat memakan makanan yang haram.

Leader menanyakan kepada audiensi tentang produk apa saja yang digunakan sehari-hari. Apakah produk tersebut sudah berlabel halal sesuai syariat Islam. Kemudian *leader* memberikan contoh terhadap produk pasta gigi yang sering digunakan masyarakat Indonesia dengan menyebut sebuah merek produk yang pada awalnya tidak menggunakan label halal. Dan sabun mandi batangan yang sering dijumpai dipasaran dan banyak digunakan oleh masyarakat yang juga belum berlabel halal. Selanjutnya *leader* menyinggung produk HNI-HPAI yang berlabel halal dan mengimbau untuk berhijrah ke produk HNI-HPAI karena produk buatan HNI-HPAI merupakan produk *Halālān thayyibān*.

Perusahaan HNI-HPAI menyediakan berbagai pembelajaran untuk memperluas wawasan *leader* untuk menyiarkan produk halal, berupa agenda rutin yang wajib diberikan kepada *up line* yaitu *home sharing* dan agenda tambahan lain diantaranya KHT (Kuliah Herba Thibbunnabawi), *Succes Bussiness Program (SBP)*, *Bussiness Opportunity Success (BOS)*, *HEBAT*, dan *HNI Success Bussiness Coaching* yang diselenggarakan oleh perusahaan HNI-HPAI secara terbuka dan melalui aplikasi daring *HNI Mobile*.

c. Mengajak kerabat dan teman dekat

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nur Hilaliyah (narasumber), menuturkan bahwa dirinya mendaftarkan seluruh anggota keluarga dan

kerabatnya untuk bergabung dalam jaringan bisnis HNI-HPAI. Mengajak anggota keluarga berhijrah produk kepada produk halal. Kemudian mengajak tetangga di lingkungan sekitar rumah atau teman dekat untuk berhijrah. Menyampaikan bahwa produk dari HNI-HPAI adalah produk halal dan aman. Narasumber juga beralasan dengan mengajak keluarga maka telah memiliki konsumen tetap.²

Nur Hilaliyah bergabung dengan HNI-HPAI pada tahun 2017 dan telah memiliki mitra sebanyak 18 orang jaringan. Jabatan Nur Hilaliyah merupakan Manager. Ketertarikan Nur Hilaliyah pada HNI-HPAI bermula ketika mengikuti home sharing yang diadakan oleh Inka Alamanda Nasution, menurutnya dia lebih dominan kepada sistem bisnis yang berbasis syariah dan produk yang jelas halal, sehingga memutuskan untuk menjadi mitra di bawah jaringan Inka Alamanda Nasution.

Cara kerja bisnis yang dianut Nur Hilaliyah adalah menggunakan media sosial sebagai promosi produk. Namun, dia juga mengatakan pernah membuka lapak dagangan di sebuah pasar pinggir jalan dan menjual produk HNI-HPAI secara langsung bersama dengan kakak perempuannya. Nur Hilaliyah mengandalkan spontanitas saat menawarkan produk.

d. Silaturahmi

Guna memperluas jaringan bisnis dan menyiarkan produk halal kepada umat muslim secara luas, maka mitra secara bertahap mengadakan

²Nur Hilaliyah, "Wawancara dengan Manajer HNI-HPAI cabang Palangka Raya," January 12, 2020.

silaturahmi ke rumah-rumah warga dengan maksud menceritakan pengalaman pribadi tentang produk HNI-HPAI (*door to door*).

Mitra akan menyasar kalangan perempuan atau ibu-ibu yang netabene lebih mudah dibujuk. Metode silaturahmi ini dengan berjalan keliling ke daerah-daerah yang belum ada mitra HNI-HPAI. Inka Alamanda Nasution berujar caranya mendekati sasaran yakni ibu-ibu dengan memberikan solusi untuk mengatasi flek wajah. Mendengar hal tersebut, ibu tadi langsung menanyakan cara menghilangkan flek wajah. Kemudian Inka memperkenalkan produk HNI-HPAI berupa sabun kolagen. Dan menyebutkan manfaat dari sabun kolagen serta kandungannya.

Metode silaturahmi juga dilakukan dengan mendatangi perkumpulan ibu arisan secara spontan. Mitra akan menawarkan keuntungan bisnis HNI-HPAI dengan dalih menambah omzet pemasukan rumah tangga. Pertama-tama mitra akan memulai dengan pertanyaan “ibu mau gak ikut bisnis yang kerjanya di rumah aja tapi omsetnya jutaan?” kemudian mitra akan menyuruh untuk mendaftar sebagai mitra HNI-HPAI dan menjelaskan cara kerja bisnis dan keuntungan menjadi mitra HNI-HPAI.

e. Mendekati Ketua Ta’lim atau Pimpinan sebuah organisasi kemasyarakatan

Metode lain dalam mendekati dan merekrut mitra adalah dengan mendekati ketua *ta’lim* (pengajian). Setelah ketua *ta’lim* bergabung maka

secara otomatis beliau akan mengajak anggota *ta'lim* lainnya untuk bergabung. Karena basis bisnis adalah MLM maka setiap rekrutan baru dari ketua *ta'lim* akan secara otomatis menjadi *down line* dari perekrut pertama atau perekrut ketua *ta'lim*.

Demikian juga berlaku sebagai metode pendekatan kepada para petinggi organisasi kemasyarakatan dan anggota dewan perwakilan rakyat. Lain halnya pendekatan kepada ketua *ta'lim*, Inka Alamanda Nasution menceritakan bahwa ada mitra HNI-HPAI yang menerapkan uji coba ekstrem sebagai testimoni langsung, yakni dengan menyiramkan air panas ke tangan salah satu anggota dewan sebuah partai dan kemudian membalurkan minyak herba sinergi langsung ke tangan yang terkena siraman air panas. Sebagai hasil akhirnya, anggota dewan yang menjadi kelinci percobaan tadi langsung tertarik dengan produk dari HNI-HPAI melihat manfaat dari produk tersebut.

f. Berusaha Menarik simpati *mad'ū*

Pada agenda workshop *Success Bussiness Program* yang diikuti oleh 23 orang dewasa dan 4 anak-anak bertempat di Aula Bapelkes Palangka Raya di buka dengan memutar suara musik yang beralunan mendayu. Workhsop dipandu oleh Ustaz Elyas yang memulai agenda dengan pertanyaan “siapa ingin umrah?” maka secara otomatis seluruh audiensi yang hadir mengangkat tangan dan menjawab “saya”. Ustaz Elyas menanyakan cita-cita dan impian audiensi yang hadir. Kemudian

dilanjutkan dengan berdoa agar seluruh orang yang hadir pada saat itu dapat menggapai cita-cita dan harapan masing-masing.

Pemateri (Ustadz Elyas) memaparkan bagaimana dirinya dapat melaksanakan umrah dengan gratis, yaitu setelah bergabung menjadi mitra HNI-HPAI dan produktif merekrut mitra baru sehingga mendapat reward dari perusahaan berupa kesempatan menunaikan umrah. Ustadz Elyas memberikan motivasi untuk menjadi mitra HNI-HPAI dengan mengungkapkan keuntungan berbisnis. Dan menegaskan bahwa HNI-HPAI adalah bisnis dan bukan jualan. Yaitu HNI-HPAI berupa bisnis yang membangun aset dengan mengajak orang lain dan bukan berupa jualan yang menawarkan produk seperti *sales marketing*. Dan sebutan mitra bukan lah agen melainkan aset.

g. Memberikan testimoni dan mengajak memakai (PCA)

PCA (pakai, cerita, ajak) adalah memberikan testimoni terhadap produk. PCA adalah kesaksian dari mitra yang telah menggunakan produk dalam jangka waktu tertentu dan menceritakannya kepada orang lain yang ditargetkan menjadi mitra. Setelah menceritakan pengalaman tentang produk, mitra juga bercerita tentang pengalaman berbisnis dengan HNI-HPAI. Mulai dari keuntungan secara *financial* maupun spiritual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Novita Damayanti (narasumber), metode yang sering dia gunakan untuk mencari mitra baru yaitu dengan metode PCA. Pertama-tama, narasumber akan

mengumpulkan beberapa teman yang dikenalnya, kemudian mengadakan diskusi dengan pembahasan utama tentang kesehatan.

Narasumber mengatakan bahwa yang menjadi ketertarikannya terhadap HNI-HPAI adalah asas perusahaan dan cara produksi yang bersumber dari syariat Islam. Juga selama produksi obat maupun kosmetik, para staff HNI-HPAI diwajibkan menjaga wudhu dan bersholawat. Selain menerangkan kondisi perusahaan dan bisnis, narasumber juga mengajak untuk mencoba produk dari perusahaan HNI-HPAI. Narasumber mengajak teman-temannya untuk menggunakan produk dan memberikan penilaian terhadap produk yang digunakan.

h. Pendekatan *One by One*

Strategi pendekatan *one by one* juga diterapkan oleh mitra dalam membangun jaringan baru. Wawancara dengan Inka Alamanda Nasution, menuturkan bahwa dirinya pernah mendekati calon mitra dengan melakukan percakapan intens melalui media whatsapp. Tidak lama orang tersebut bergabung dengan HNI-HPAI dan mulai membangun jaringan bisnis di wilayah Aceh, tempat mitra tersebut berasal di bawah jaringan Inka Alamanda Nasution.

2. Sistem bisnis Halal Network Internasional HPAI

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia atau yang dikenal sebagai HNI-HPAI merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi

(*consumers goods*) yang halal dan berkualitas. HNI-HPAI merupakan hasil perjuangan panjang yang bertujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berasaskan Thibbunnabawi; membumikan memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui enterpreunership dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional. Dengan visi Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia (dari Indonesia).

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia untuk selanjutnya di sebut HNI-HPAI adalah perusahaan yang bertindak dengan berdasarkan norma Syariah Islam. Bergerak di bidang farmasi dan industri halal yang merujuk pada hukum Islam. Sistem bisnis HNI-HPAI mengadaptasi sistem bisnis *Multilevel Marketing* atau MLM berbasis Syariah dengan menawarkan kerja sama kepada masyarakat sebagai jaringan pemasarannya.

Alur perusahaan yang menggunakan sistem *Multilevel Marketing* menimbulkan stigma negatif karena MLM dikenal sebagai praktik *Money Game*. Tidak sedikit yang kehilangan minat dan uang ketika mulai mengikuti bisnis ini. Untuk itu perlu di jelaskan bagaimana praktik bisnis MLM syariah yang dianut oleh HNI-HPAI.

a. Sistem MLM Syariah HNI-HPAI

Praktik bisnis *Multilevel Marketing* di kenal pula dengan sistem kerja jaringan (*network*), yang memfokuskan pemasaran produk kepada member sebagai agen *marketing*. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia pada praktik bisnisnya menggunakan sistem ini yang didasarkan asas syariah.

Berikut beberapa keunggulan HNI-HPAI dibanding perusahaan MLM konvensional.

b. Bisnis berdasarkan hukum Islam (Syariah)

Sesuai dengan visi perusahaan “*menjadi pemimpin industri halal kelas dunia*” maka HNI-HPAI berkontribusi menyediakan produk halal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama umat Islam akan produk *Halālān thayyibān*. Bukan saja menawarkan cara menjaga kesehatan dengan produk yang alamiah, ilmiah, dan ilahiah, HNI-HPAI juga memberikan sumbangsih kepada roda perekonomian umat Islam yang mana membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang dari berbagai kalangan untuk bergabung dan berkembang bersama.

Jalannya bisnis HNI-HPAI senantiasa diawasi secara aktif oleh dewan syariah untuk menjaga bisnis halal network HNI-HPAI tetap berada dalam koridor syariah Islam. Dengan fokus utama perusahaan yaitu menawarkan produk halal yang memanfaatkan jasa mitra sebagai tenaga *marketing* perusahaan.

1) Tidak adanya komisi atau pendapatan bagi *up line* yang merekrut *down line* baru untuk bergabung

Bagi mitra HNI-HPAI yang telah memiliki jaringan di bawahnya tidak diberikan bonus perekrutan. Perusahaan tidak menetapkan hadiah tertentu sebagai imbalan kepada mitra karena telah melakukan perluasan jaringan bisnis. Mitra akan mendapatkan bonus apabila berhasil menjual produk

kepada *down line*-nya. Tidak adanya pemberian bonus dari perusahaan kepada mitra yang berhasil merekrut agen baru karena praktik tersebut cenderung kepada *money game*. Sementara tujuan dari perusahaan HNI-HPAI adalah mensyiarkan produk kepada umat bukan menjual keanggotaan untuk mendapatkan bonus.

- 2) Tidak ada persyaratan pembelian produk bagi mitra yang ingin bergabung

Perusahaan tidak memberikan persyaratan bahwa kepada mitra yang baru bergabung harus membeli produk tertentu dengan jumlah tertentu. Sebaliknya, mitra yang tertarik bergabung biasanya lebih tertarik kepada produk daripada bisnis HNI-HPAI, karena produk perusahaan merupakan produk halal yang berasal dari bahan herbal.

- 3) Fokus utama perusahaan adalah jual beli produk

Meskipun HNI-HPAI mengadaptasi cara kerja bisnis MLM, Perekrutan mitra untuk memperluas jaringan tidak menjadi fokus utama. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk menjayakan produk-produk herbal yang halal dan menyebarkan ke masyarakat. Sistem MLM syariah yang digunakan HNI-HPAI dimanfaatkan sebagai *advertising* produk *door to door* ke masyarakat dengan mitra sebagai perantara marketing. Dengan demikian promosi dan pengiklanan produk tidak membutuhkan banyak biaya dan lebih efisien.

- 4) Hanya diperuntukkan untuk umat Islam

Sebagaimana diketahui bahwa HNI-HPAI adalah perusahaan yang berbasis syariah Islam, dengan slogan *Halal is My Way*, maka

peruntukkannya pun hanya kepada orang Muslim. Artinya, yang dapat memiliki keanggotaan di perusahaan HNI-HPAI adalah orang yang beragama Islam. HNI-HPAI didirikan, dibangun dan dikelola oleh insan profesional muslim Indonesia. Meskipun tidak menutup kemungkinan konsumen produk HNI-HPAI adalah non muslim.

5) Memuliakan perempuan

HNI-HPAI menasar kaum perempuan sebagai target pemasaran utama, karena perempuan dianggap memiliki relasi yang lebih luas dibanding laki-laki. Diasamping itu, persoalan rumah tangga dan belanja harian ditangani oleh perempuan sebagai pengelola utama, sehingga untuk merubah kebiasaan dalam sebuah rumah dibutuhkan sosok penguasa yang memiliki akuntabilitas dalam hal itu. Maka perempuan di pilih untuk menjadi sasaran dakwah HNI-HPAI melalui produk halalnya.

Disamping sebagai konsumen, relasi luas yang dimiliki kaum perempuan sehingga dapat mengajak tetangga atau kerabat lain dianggap sangat efektif untuk memperluas halal *network*. Meskipun pada dasarnya pendiri dan kepemimpinan perusahaan di pegang oleh laki-laki, perusahaan HNI-HPAI membuat Mars atau lagu yang diperuntukkan kepada kaum perempuan yang berpartner dengan HNI, mars tersebut di beri nama Khadijah HNI sebagai bentuk apresiasi kepada kaum perempuan yang telah berjasa mengembangkan jaringan HNI-HPAI hingga sekarang.

6) Syarat menjadi member

Kelebihan sistem MLM syariah HNI-HPAI yaitu seorang calon member dapat mendaftarkan diri secara pribadi kedalam jaringan dengan atau tanpa rekomendasi *up line*. Dan harus memenuhi syarat tertentu, antara lain:

- Minimal berusia 17 tahun
- Sudah mempunyai KTP
- Memiliki rekening Bank sendiri
- Nama calon member harus sama dengan nama pada rekening Bank
- Jika agen menggunakan rekening bank orang lain, agen wajib menyertakan surat keterangan

Perusahaan HNI-HPAI menyediakan link pendaftaran yang bisa di akses secara mandiri oleh calon mitra. Biaya pendaftaran yang dikenakan kepada calon mitra juga dapat di bayarkan sendiri via transfer ke rekening yang telah ditentukan oleh perusahaan HNI HPAI. Calon mitra yang ingin bergabung akan dikenakan biaya pendaftaran yang terdiri atas paket hemat sebesar Rp. 10.000 (mitra tanpa kartu ID cetak, katalog produk dan buku panduan sukses HNI) dan paket standar sebesar Rp. 30.000 (mendapat kartu ID, katalog dan buku panduan sukses HNI).

7) Sistem keanggotaan

Laiknya bisnis MLM konvensional, perusahaan HNI-HPAI menerapkan jenjang karir kepada mitra. Jenjang karir yang ada di perusahaan HNI-HPAI terbagi dua, yakni keagenan dan agen stok.

Keagenan merupakan level karir individu atas pencapaian pribadi dalam bisnis HNI-HPAI dengan bertindak sebagai distributor produk, sementara level karir agen stok di ukur berdasarkan jumlah pembelian yang dilakukan oleh mitra dan bertindak sebagai suplier.

Bebeda dengan MLM konvensional, sistem naik level di perusahaan HNI-HPAI di tentukan berdasarkan peraturan dan persyaratan tertentu. Pada bisnis MLM konvensional, member dapat membeli level atau jenjang karir dengan membeli paket produk tertentu. Namun di HNI-HPAI member dapat menaikkan level jika telah memenuhi persyaratan sebagai berikut :

TABEL 4.5 KEPANGKATAN AGEN PT. HNI-HPAI

LEVEL	ISTILAH KEPANGKATAN	PERSENTASI BONUS	PERSYARATAN/KETENTUAN
AB	AGEN BIASA/MITRA	10%	<1000 POIN
		14%	<2000 POIN
		17%	<3000 POIN
M	MANAJER	23%	KURANG LEBIH 3000 POIN
SM	SENIOR MANAJER	26%	MEMILIKI 6 M
D	DIRECTOR	29%	MEMILIKI 2 SM + 4 M
SD	SENIOR DIRECTOR	32%	MEMILIKI 4 SM + 2 M
ED	EXECUTIVE DIRECTOR	35%	MEMILIKI 6 SM

Sumber: data olahan

Jenjang karir seperti ED, perusahaan akan terlebih dahulu menyeleksi member yang dianggap layak kemudian baru ditetapkan dengan surat keputusan (SK) pimpinan. Sementara itu, jenjang karir agen stok menurut peraturan dan persyaratan dari perusahaan HNI HPAI sebagai berikut.

TABEL 4.6 KEPANGKATAN AGENSTOK PT. HNI-HPAI

LEVEL	ISTILAH KEPANGKATAN	PERATURAN DAN SYARAT	BONUS
SC	STOCK CENTER	Merupakan Agen HNI-HPAI	11%
		Berpangkat minimal Manager (M)	
		Belanja pertama senilai Rp. 5.000.000	
		Memiliki tools untuk transaksi Online (HSIS)	
		Memahami dan menjalankan Support System CELLS HNI-HPAI	
DC	DISTRIBUTOR CENTER	Merupakan Agen HNI-HPAI	13%
		Berpangkat minimal Senior Manager (SM)	
		Belanja pertama senilai Rp. 20.000.000	
		Memahami dan menjalankan Support System CELLS HNI-HPAI	
AC	AGENCY CENTER	Berpangkat minimal ED	16%
		Belanja pertama senilai Rp. 50.000.000	
		Stok Minimal (Lock Stok Produk) Rp. 15.000.000	
		Memahami dan menjalankan Support System CELLS HNI-HPAI	
		Hanya menjual produk HNI-HPAI	
BC	BUSSINESS CENTER	Ditetapkan kelayakannya berdasarkan Prestasi Leader dan jaringannya	16% + 3% -4%
		Pengaju telah menjadi Loyal Executive Director (LED)	
		Belanja perdana Rp. 100.000.000	
		Hanya menjual produk HNI-HPAI	
		Memahami dan menjalankan Support System CELLS HNI-HPAI	

Sumber: data olahan

Bisnis di halal network HNI-HPAI dapat diwariskan selama perusahaan masih berdiri. Manajemen perusahaan didukung dengan *Online System* sehingga memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas bagi setiap mitra.

8) *Support system* HNI-HPAI

Support System adalah petunjuk baku yang dibuat untuk membantu mitra dalam melakukan manajemen mandiri untuk mencapai kesuksesan bisnis HNI-HPAI. *Support system* dikembangkan oleh HNI-HPAI bersama CELLS (*cooperation of executive loyal leaders*) dengan tujuan memudahkan mitra untuk mengembangkan bisnis.

Adanya *support system* memungkinkan mitra untuk bekerja sesuai prosedur dari perusahaan. Mitra HNI-HPAI wajib mengikuti dan taat atas pelaksanaan *support system* dan tidak diperkenankan membuat program, dan atau kreativitas *marketing* di luar HNI-HPAI *support system* yang telah ditetapkan. Karena promo dan *back up marketing* hanya diberikan kepada mitra HNI-HPAI yang menjalankan *support system* dengan benar.

GAMBAR 4.1 SUPPORT SYSTEM HNI-HPAI



Sumber. <http://hpaisupportsystem.blogspot.com>

9) Peraturan keagenan

Penjabaran mengenai keagenan termuat dalam buku panduan sukses HNI-HPAI yang terdiri dari 6 bab. Diantaranya persyaratan dan peraturan sebagai agen/mitra dan agen stok serta peraturan terhadap pelanggaran dan

sangsi. Sekalipun sistem kerja HNI-HPAI adalah MLM, perusahaan menetapkan kode etik dan standar terhadap mitranya.

Perusahaan menetapkan prosedur bagi siapa saja yang hendak berpartner dengan HNI-HPAI. Artinya tidak semua orang yang mau dan mampu dapat bergabung dengan HNI-HPAI dan mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Tujuannya agar hak dan kewajiban mitra terjamin di samping melindungi perusahaan dari kerugian akibat kecurangan oknum yang melanggar kode etik.

10) Berbasis online (*Web Base*)

Pada penyelenggaraannya HNI-HPAI menerapkan sistem silaturahmi untuk mencari member baru. Namun, mengikuti perkembangan informasi dan digitalisasi era sekarang, HNI-HPAI menerapkan sistem online yang terintegrasi online servis terhadap semua mitra. Perusahaan secara intensif mengirimkan informasi kesehatan dan tip herbal HNI-HPAI (KHT), kiat-kiat sukses berbisnis HNI-HPAI, testimoni produk, dan pesan motivasi via media sosial ke semua *halal network* yang terintegrasi melalui WhatsApp, Facebook, Twitter dan Instagram.

Selain itu perusahaan mengembangkan aplikasi bernama *HNI Mobile* yang dapat diakses semua mitra yang terhubung dengan AVO (*Agent Virtual Office*) sehingga memungkinkan mitra mengupdate informasi tentang perkembangan bisnis dan perusahaan setiap waktu. Aplikasi ini bisa di *download* dengan *smartphone* di Playstore. Keunggulan aplikasi *HNI Mobile* ini terdapat fitur waktu salat dan berisi resep herbal untuk berbagai

macam penyakit sehingga memungkinkan mitra memiliki keterampilan (*life skill*) yang lebih baik di bidang kesehatan.

11) Bonus dan Royalti

Bonus adalah reward pembagian keuntungan yang diberikan kepada mitra HNI-HPAI dengan cara pembelian pribadi atau target penjualan produk dalam satu bulan, berdasarkan akad *syari'ah al-ju'alah* (akad bonus bersyarat). Berikut sistem pembagian bonus yang diatur oleh perusahaan HNI-HPAI.

- a) Bonus Agen stok. Bonus agen stok adalah bonus yang diperoleh dari penjualan Agenstok kepada struktur niaga yang paling rendah dengan rumus poin jualan dikalikan prosentase.
- b) Bonus Prestasi Pribadi (BPP), adalah bonus atas poin TP pribadi agen dikalikan prosentase sesuai pangkatnya. Semua belanja Agen/mitra berapapun jumlahnya (minimal 1 poin)berhak atas BPP sesuai dengan prosentase pangkatnya.
- c) Bonus Prestasi Group (BPG). Yakni persen (%) level kepangkatan dikali total poin grup (tidak termasuk poin pribadi) dikurangi BPG dari mitra yang aktif. Syarat mendapatkan BPG adalah target prestasi pribadi lebih kurang 100 poin.
- d) Bonus Generasi Pangkat (BGP). Bonus ini diberikan kepada agen/mitra dengan pangkat minimal Manajer aktif yang memiliki mitra berpangkat minimal Manajer aktif.

e) Bonus *Gold-Diamond Crown* (GDC). Diberikan kepada agen/mitra berpangkat GED/DED/CED atau lebih tinggi. Untuk GED (*Gold Executive Director*) dengan persyaratan:

- Memiliki 2 ED aktif dengan omzet lebih dari 9000 poin di jalur yang berbeda
- ED aktif yang dimaksud tidak harus dari Generasi-1
- Memiliki omzet grup di jalur lain lebih kurang 9000 poin

DED (*Diamond Executive Director*)

- Memiliki 4 ED dengan omzet grup lebih kurang 9000 poin di jalur yang berbeda
- ED aktif yang dimaksud tidak harus dari Generasi-1
- Memiliki omzet grup di jalur lain lebih kurang 9000 poin

CED (*Crown Executive Director*)

- Memiliki 6 ED aktif dengan omzet grup lebih kurang 9000 poin di jalur yang berbeda
- ED aktif yang dimaksud tidak harus dari Generasi-1
- Memiliki omzet grup di jalur lain lebih kurang 9000 poin

Sementara Royalti adalah pembagian keuntungan dari HNI-HPAI kepada para mitra yang diambil dari omzet Poin Internasional, dan dibagikan sesuai ketentuan yang berlaku dan berdasarkan akad *syari'ah al-ju'alah*. Ketentuan untuk mendapatkan royalti sebagai berikut.

- (1) Royalti Stabilitas Belanja (RSB). Royalti ini diberikan kepada agen yang berpangkat AB dan Manajer yang melakukan target prestasi pribadi minimal 200 poin selama 3bulan berturut-turut atau 600 poin sebulan dan melanjutkan target prestasi 200 poin setiap bulan. Royalti diberikan sebesar 5% dan dibagikan secara merata kepada mitra yang memenuhi syarat.
- (2) Royalti Kemajuan Jaringan (RKJ). Syarat target prestasi untuk mendapatkan RKJ yaitu berpangkat SM. Royalti di berikan sebesar 6%.
- (3) Royalti LED. Syarat mendapatkan royalti ini memiliki poin target prestasi lebih kurang 600 poin. LED dengan kualifikasi yang ditetapkan perusahaan sesuai SK Direksi. Royalti di berikan 5% dan perhitungan poin dari masing-masing jalur adalah maksimal 18.000 poin.

3. Media sosial yang digunakan HNI-HPAI

Kemunculan internet bagi pedang bermata dua. Betapa tidak, internet sudah merambah hampir semua aspek kehidupan manusia. Banyak sisi positif dan negatif yang dapat dirasakan masyarakat setelah meledaknya internet. Hingga kini internet telah menjadi candu bagi siapa pun, tidak dibatasi umur maupun status sosial.

Mengikuti perkembangan yang ada, perusahaan HPAI turut mempraktikkan penggunaan aplikasi telekomunikasi setelah sebelumnya menggunakan media konvensional seperti brosur dan buku katalog cetak

yang diberikan kepada mitra guna mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan produknya. Namun sekarang HNI-HPAI berfokus pada penggunaan internet sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi informasi kepada mitra. Media yang digunakan terdiri dari WhatsApp, Website, Youtube Channel, Twitter, Facebook dan Instagram.

a. WhatsApp

GAMBAR 4.2 GRUP WHATSAPP MITRA HNI-HPAI PALANGKA
RAYA LEADER INKA ALAMANDA NASUTION

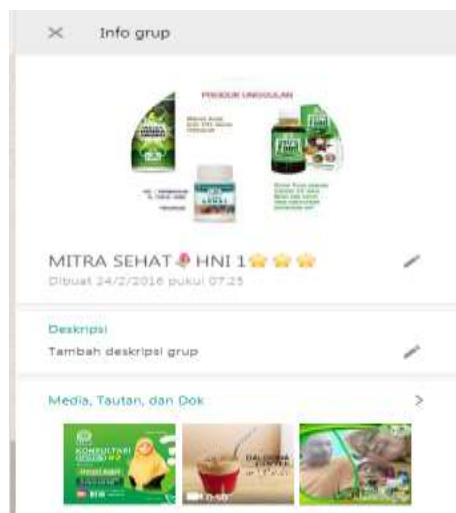


Sumber : menu info grup whatsapp KELUARGA HNI BAHAGIA

Grup whatsapp KELUARGA HNI BAHAGIA diperuntukkan sebagai forum silaturahmi bagi mitra yang direkrut oleh Leader dengan cabang yang sama yaitu Inka Alamanda Nasution sebagai Executive Director. Grup ini digunakan sebagai media berbagi informasi home sharing, motivasi bisnis,

informasi kesehatan, dan kisah inspiratif yang secara aktif dikelola oleh para leader dari cabang Inka Alamanda Nasution.

GAMBAR 4.3 GRUP WHATSAPP MITRA HNI-HPAI PALANGKA RAYA



Sumber : menu info grup MITRA SEHAT HNI 1

Grup ini ditujukan sebagai media sharing informasi dan tanya jawab seputar penggunaan bahan herbal HNI-HPAI untuk bermacam keluhan kesehatan, media sharing kisah inspiratif, dan media informasi kegiatan HNI-HPAI pusat. Grup whatsapp ini terdiri dari Executive Director aktif sebagai pengelola yaitu Ust. Elyas dan Inka Alamanda Nasution.

Whatsapp digunakan sebagai media komunikasi online yang paling sering diakses oleh mitra. Sehingga dengan pertimbangan itu, para leader dari berbagai jaringan HNI-HPAI menggunakan WhatsApp sebagai media berkomunikasi dengan mitra. Media ini juga digunakan untuk mencari mitra baru dengan cara mengumpulkan keluarga atau teman ke dalam sebuah grup dan menjelaskan sistem kerja atau mempromosikan produk HNI-HPAI.

b. Website

GAMBAR 4.4 MENU HOME WEBSITE HALAL NETWORK
INTERNASIONAL



Sumber: hni.net

- Menu Beranda Berisi :
 - Klaster leader club (Persyaratan menjadi Leader)
 - Cerita Sukses para pendiri PT HPAI
 - Top Ranking kategori : Top leader, Top Bonus, Top *Recruiter*, dan Top Agenstok (per periode tertentu)
 - Semi galeri
 - Tweet Akun Twitter HNI Official @pthpai

GAMBAR 4.5 MENU PROFIL WEBSITE HNI.NET

TENTANG KAMI

PT. HNI Persewa Aneka Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HNI, merupakan salah satu perusahaan Golek/Kele Network di Indonesia yang fokus pada penyedia produk-produk barang/konsumsi (consumer goods) yang baik dan berkualitas. HNI, akan dengan aksi pendirian perusahaan, secara resmi dilakukan pada tanggal 15 Maret 2002.

HNI merupakan salah satu perusahaan yang berpartisipasi untuk menyajikan produk-produk hasil berkualitas yang terdapat. Tidak hanya itu, HNI juga melakukan kegiatan sosial dan kegiatan lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia melalui berbagai program CSR dan kegiatan lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat.

VISI

Menjadi Pemimpin Industri Hasil Golek/Kele di Indonesia

MISI

- Menjadi perusahaan yang memiliki reputasi yang baik
- Menjadi salah satu perusahaan yang memiliki reputasi yang baik
- Menghasilkan produk-produk yang berkualitas, baik sebagai pemasok, pembantu, maupun sebagai produsen.

ALAMAT KAMI

Head Office
Jl. Kelapa Sawit Raya Blok H-1 Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 131, Jakarta, Indonesia 13455

Local Office
Komplek Satria Utara Jilidany Blok F-15 RT 0010 RW 002, Jilidany Blok Pondok Kelapa, Kota Bekasi, Jawa Barat 17142

AKUN BANK

Bank Name: BSI (Bank Syariah Mandiri)
Account Number: 731001002
Account Holder: PT HNI Indonesia

DEWAN PENGAWAS SYARIAH

ADVISOR
Dr. H. HAMMADI
MURAHMAD
SALEH, MA

BPH DSN-MUI
Prof. Dr. H. H. MAHAG
MAJSLAWI, SH,
MH (BPH DSN-
MUI)

BPH DSN-MUI
Dr. H. ENDY
KLASTIWAGA, MA,
AAAU, FIS (BPH
DSN-MUI)

DEWAN KOMISARIS

**CHIEF
COMMISSIONER**
H. MUSLIM H.
YATIM, LL, MH

COMMISSIONER
H. DOPRI
HARIMTO, SE

DEWAN DIREKTUR

**PRESIDENT
DIRECTOR**
H. AGUNG
YULIANTO, SE,
Ak. H. S. S. S.

DIRECTOR
H. EDWIN
CHANDRA
KELANA, ST

DIRECTOR
H. SUPRIYONO, ST

Sumber: hni.net

- Menu Profil berisi :
 - Bio Perusahaan
 - Visi dan Misi
 - Alamat Perusahaan
 - Akun Bank
 - Jajaran pimpinan perusahaan yang terdiri dari : Dewan Syariah, Dewan Komisaris, dan Dewan Direksi

GAMBAR 4.6 MENU PRODUK WEBSITE HNI.NET



Sumber: hni.net

- Menu Produk

Menu Produk menampilkan produk berdasarkan kategori yang terdiri dari:

- Produk obat herbal
- Makanan dan minuman kesehatan
- Kosmetik dan perawatan rumah tangga
- Fashion
- Peralatan marketing HNI-HPAI

Pada menu produk dilengkapi dengan fitur belanja yang terhubung dengan HNI.id. cara belanja dengan menggunakan aplikasi HNI.id dengan

memasukkan Nomor ID pada *Account Virtual Office (AVO)* kemudian konsumen dapat langsung membeli produk yang diinginkan. Fitur ini juga didukung dengan kategori produk dan telah berpartner dengan beberapa brand muslim sebagai merchant partner.


GANBAR 4.7 MENU SUCCESS PLAN WEBSITE HNI.NET



Sumber: hni.net

- Menu Success Plan
 - Keuntungan langsung berupa potongan harga pembelian produk bagi mitra.
 - Peringkat keagenan (Istilah peringkat dan syarat naik peringkat)
 - Ketentuan mendapatkan Bonus dan Royalti (berdasarkan syarat dan ketentuan)

GAMBAR 4.8 MENU AGENDA WEBSITE HNI.NET



KHT SPESIAL 2020

JANUARI

Tgl	Kota	CP	Kontak	Keterangan
05	GOWA	Hosruddin	0823 4839 1223	Selesai
12	MEDAN	Firdaus F.	0853 7074 1434	Selesai
19	SEMARANG	Kholid N.	0857 1990 3089	Selesai

FEBRUARI

Tgl	Kota	CP	Kontak	Keterangan
09	PALU	Ardiana A.	0823 4828 9338	Selesai
16	PALEMBANG	Apryani	0812 115 7076	Selesai
23	PADANG	Enita Marsa	0812 6620 043	Selesai

MARET

Tgl	Kota	CP	Kontak	Keterangan
08	KUBU RAYA	Indah Itahayu	0896 0254 1795	Selesai
15	SURABAYA	Zaid Marha N.	0896 6482 8852	
22	TANGKARANG	Rahmat H.	0895 3848 96869	

APRIL

Tgl	Kota	CP	Kontak	Keterangan
05	BENER MERBAH	Nurul Aulia	0852 6035 1738	
12	GUNUNG PUTRI	Muirta Panus	0896 7458 3726	

MEI

Tgl	Kota	CP	Kontak	Keterangan
TIDAK ADA JADWAL				

Sumber: hni.net

- Menu Agenda

Menu Agenda memuat jadwal pelaksanaan kegiatan yang akan atau sedang berlangsung. Agenda HNI-HPAI di fokuskan pada Kuliah Herba Thibbunnabawi yang di jadwalkan di beberapa kota besar di Indonesia dan telah dijadwalkan sedemikian rupa selama periode 1 tahun.

GAMBAR 4.9 MENU PROMOSI WEBSITE HNI.NET

The screenshot displays a website interface with a green header and a white main area. The navigation bar includes links for Home, Produk, Tentang Kami, Agenda, Promosi, and Galeri. Below the navigation, there are several promotional banners and lists of conditions and rewards for various events. The events listed are BIBICO 2020, 351M (Promotagen 3 Hibrida), MANAGER 2020, FACTORY TOUR (SM - SBR), and ARRAHMAL TOUR (SM mm LDT). Each event has a 'SYARAT' (Requirements) section and a 'REWARD' (Reward) section. The rewards include cash bonuses, vouchers, and travel packages to various locations.

Sumber: hni.net

- Menu Promosi

Promosi diberikan kepada mitra yang telah memenuhi persyaratan dari perusahaan dilihat dari prestasi pribadi yang dicapai. Perusahaan akan memberikan reward berupa bonus, voucher dan Tour ke berbagai kantor HNI-HPAI dan pabrik produksi . bonus tersebut akan diberikan sesuai kinerja dan kepankangan yang telah ditetapkan perusahaan.

GAMBAR4.10 MENU GALERI WEBSITE HNI.NET

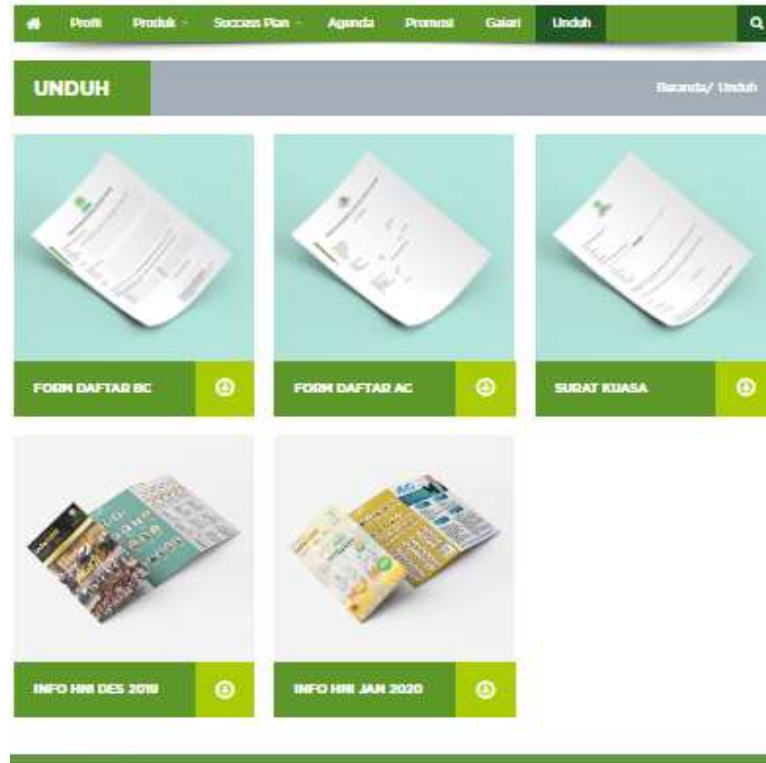


Sumber : hni.net

- Menu Galeri

Galeri berisi serangkaian dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan HNI-HPAI pusat dari waktu ke waktu. Meliputi perhelatan hari jadi HNI-HPAI, *Tour Factory*, pertemuan leader HNI-HPAI, dan Training diberbagai daerah di Indonesia.

GAMBAR 4.11 MENU UNDUH WEBSITE HNI.NET



Sumber : hni.net

- Menu Unduh

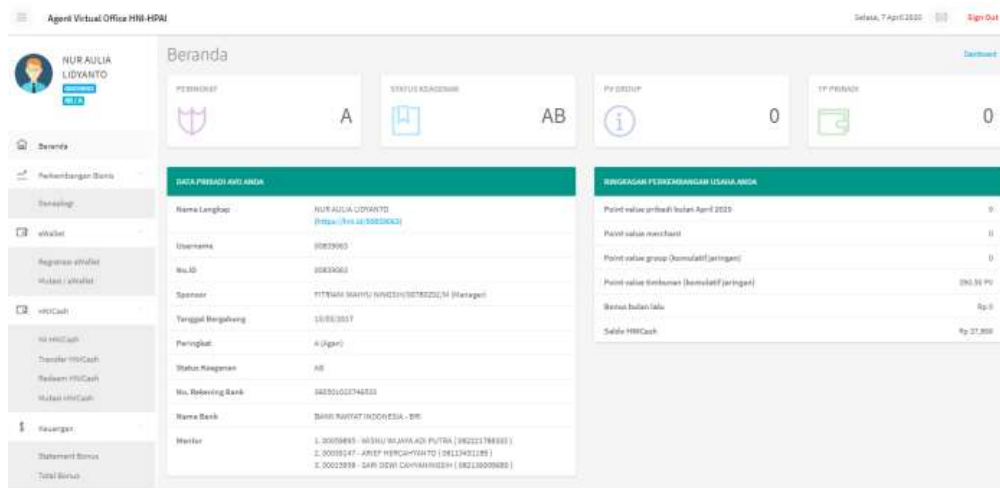
Menu ini berisi Formulir pendaftaran sebagai Agen stok yang dapat diisi secara mandiri. Untuk mendukung kinerja mitra, HNI-HPAI juga menyediakan layanan informasi yang di update dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, terdapat format surat kuasa untuk serah terima dan memindah tangankan bonus yang fungsinya sebagai akad atau kesepakatan dari kedua belah pihak.

GAMBAR 4.12 LOGIN AVO (Account Virtual Office)



Sumber: menu login AVO hni.net

GAMBAR 4.13 TAMPILAN MENU AVO



Sumber : hni.net

- Menu Login AVO

AVO atau Agent Virtual Office merupakan layanan virtual agen yang berisi data profil, perkembangan bisnis, keagenan atau *down line*, daftar nama Agen stok, bonus dan royalti, serta informasi kepangkatan dan istilah dalam perusahaan HNI-HPAI. AVO dapat diakses menggunakan nomor ID mitra dan password yang telah didaftarkan. Selain melalui website resmi hni.net, AVO dapat di akses juga melalui HNI Mobile.

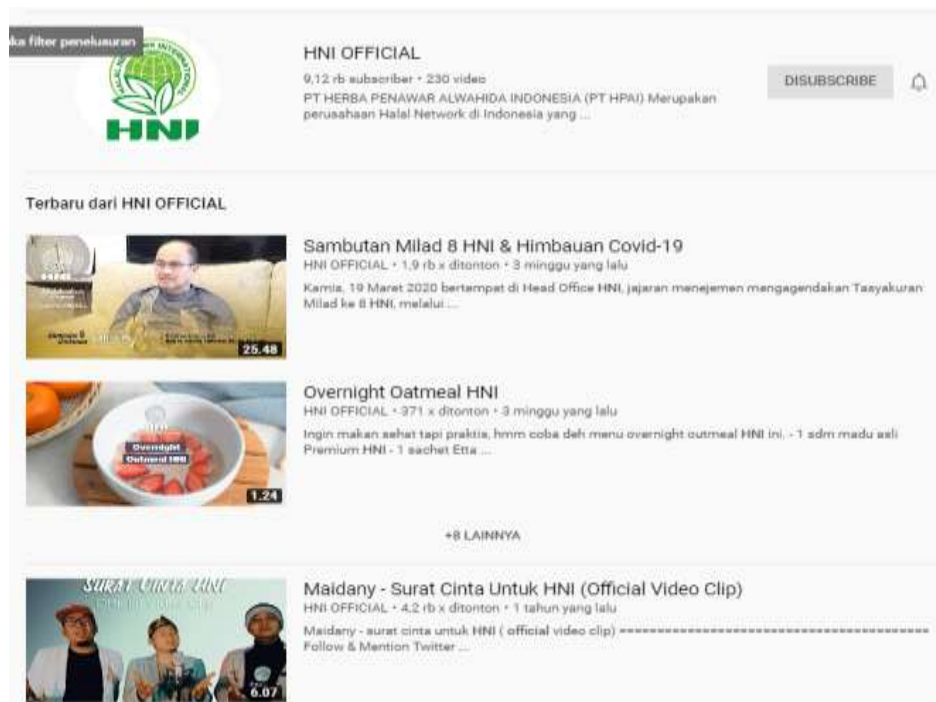
Website Hni.net digunakan sebagai media informasi bagi mitra dan non-mitra. Website hni.net terhubung dengan AVO HNI yang memudahkan mitra mengakses akun virtual tanpa *men-download* aplikasi HNI *Mobile* terlebih dahulu. Dan fitur *merchant* yang memungkinkan mitra HNI menjual produk sendiri di HNI.id.

c. Youtube Channel

Youtube diketahui sebagai situs web berbagi video yang populer dan digandrungi semua kalangan umur dan status sosial. oleh sebab itu peminat dan penikmat youtube menjadi sasaran penonton konten kreator. Sebagai media populer, youtube juga dimanfaatkan oleh perusahaan HNI HPAI sebagai media informasi tentang bisnis HNI HPAI beserta produk dan cara kerjanya dengan menggunakan video berdurasi pendek.

Channel Youtube HNI HPAI diberi nama HNI Official. Channel youtube HNI Official merupakan akun resmi HNI HPAI dengan pengikut sebanyak 9,12 ribu subscriber pada 11 April 2020. Dan telah ditonton sebanyak 1.096.146 kali tayangan. Dalam perjalanannya, channel youtube HNI Official telah mengupload sebanyak 230 video.

GAMBAR 4.13 CHANNEL YOUTUBE HNI OFFICIAL



Sumber: profil channel youtube HNI Official

Secara garis besar, ideo yang diunggah HNI Official di kelompokkan menjadi 14 kategori sebagai berikut:

TABEL 4.7 PLAYLIST CHANNEL YOUTUBE HNI OFFICIAL

No.	Kategori
1	Produk
2	Resep Herba
3	Corporate
4	Success Story
5	Kegiatan
6	Motivasi
7	Testimoni Produk
8	Testimoni Bisnis
9	Training Agenstok
10	Lagu
11	Milad HNI HPAI
12	Leader Meeting Kick Off
13	Kajian Staff
14	Success Bussiness Program

Sumber: data olahan

Dalam upaya berdakwah melalui channel youtube, agaknya channel HNI Official tidak banyak terlibat. Peralnya hanya sedikit video yang mengandung pesan dakwah di dalamnya. Konten yang dibuat dan diunggah channel HNI Official cenderung kepada motivasi berbisnis HNI HPAI dan testimoni produk maupun testimoni bisnis. Selain itu, terdapat beberapa

video kegiatan yang dilakukan HNI HPAI seperti *Milad* dan *Leader Meeting* seluruh Indonesia. Dari sekian banyak video yang diunggah, peneliti menetapkan 6 video yang dikategorikan sebagai video dengan pesan dakwah, yaitu:

TABEL 4.8 VIDEO DAKWAH HNI OFFICIAL YOUTUBE

No.	Judul	Kategori	Durasi (menit)	Tanggal Upload
1	Tazkiyatun Nafs	Kajian Staff HNI	1.05 menit	7 januari 2019
2	Kitan Tauhid	Kajian Staff HNI	4.45 menit	7 januari 2019
3	Rindu Baitullah HNI HPAI	Lagu	5.16 menit	27 september 2017
4	Himne HNI HPAI	Lagu	4.23 menit	10 april 2017
5	Terbang Tinggi HNI HPAI	Lagu	4.25 menit	21 agustus 2017
6	Barisan Para Pejuang	Lagu	4.01 menit	28 uli 2016

Sumber: data olahan

d. Twitter

GAMBAR 4.14 AKUN TWITTER HNI OFFICIAL @PTHPAI



Sumber: profil akun twitter HNI official @pthpai

Akun twitter HNI official @pthpai dibuat pada bulan April 2012. Pada 11 April 2020 akun ini telah memiliki 4.875 pengikut dan mengikuti 55 akun lain. HNI official @pthpai telah men-*tweet* 2.363 kali yang sebagian besar merupakan *re-post* dari postingan instagram @pthpai. Spesifikasi *tweet* yang diunggah adalah informasi manajemen dan informasi kegiatan HNI-HPAI di berbagai kota. Selain itu akun HNI Official @pthpai juga men-*tweet* produk HNI-HPAI dan mempromosikan HNI.id.

e. Facebook

GAMBAR 4.15 BERANDA AKUN FACEBOOK HERBA PENAWAR AL-WAHIDA INDONESIA

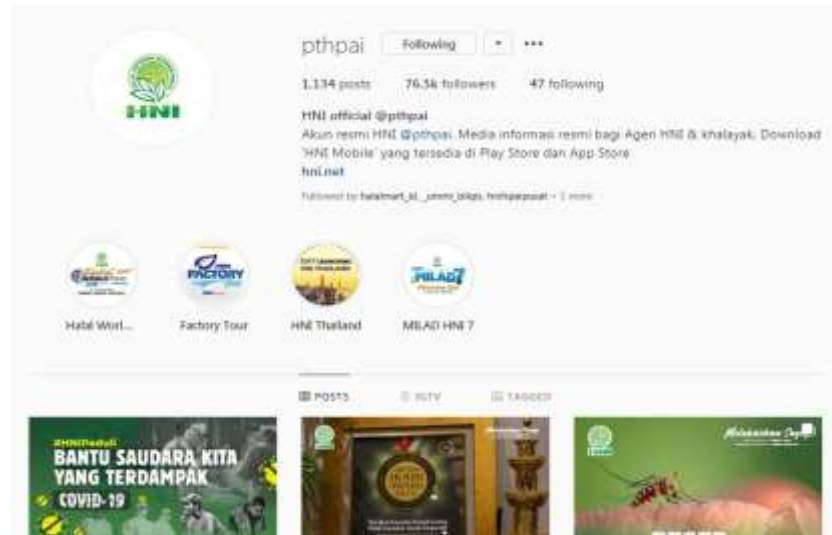


Sumber: profil facebook Herba Penawar Al-Wahida Indonesia

Perusahaan HNI-HPAI juga memiliki akun facebook resmi dengan nama Herba Penawar Al-Wahida Indonesia yang dibuat pada 19 Maret 2012. Sebanyak 46.340 orang mengikuti akun Herba Penawar Al-Wahida Indonesia dan telah mendapat 43.485 like. Dibuat sebagai akun layanan kesehatan Alternatif & Holistik Kesehatan/kecantikan. Akun Herba Penawar Al-Wahida Indonesia berfokus pada share manfaat produk dan berita acara dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh mitra dan pimpinan HNI HPAI.

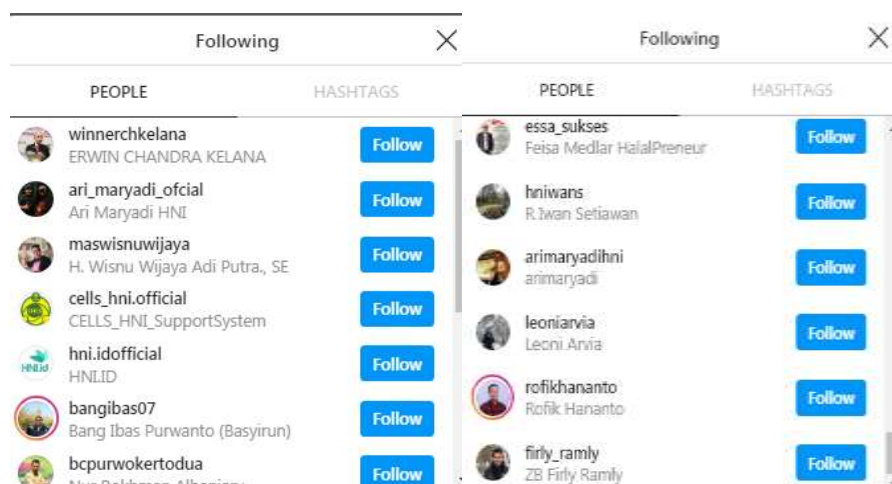
f. Instagram

GAMBAR 4.16 PROFIL AKUN INSTAGRAM @pthpai



Sumber : Menu Profil Akun Instagram @pthpai

GAMBAR 4.17 FOLLOWING AKUN INSTAGRAM @pthpai



Sumber : profil akun instagram @pthpai

Akun @pthpai memiliki jumlah pengikut sebanyak 76,5 ribu followers dan telah mengunggah 1.134 postingan yang terdiri dari foto, video berdurasi pendek, dan Instagram TV pada 10 April 2020. Akun

instagram @pthpai merupakan akun resmi PT HNI-HPAI yang terhubung dengan HNI Official Youtube Channel, Website, Twitter dan Facebook.

C. Pembahasan

Berdasarkan definisi operasional mengenai implementasi yang di maksud dalam penelitian ini yaitu penerapan terhadap komunikasi dakwah persuasif di kalangan mitra HNI-HPAI cabang Palangka Raya. Selanjutnya, data-data yang di dapat di kaji lebih dalam guna menjawab seluruh rumusan masalah yang diajukan. Berikut uraian pembahasan:

1. Implmentasi dakwah dalam komunikasi persuasif leader kepada mitra HNI-HPAI cabang Palangka Raya.
 - a. Kajian *Home sharing*

Dari hasil penelitian, *home sharing* adalah kegiatan mengumpulkan mitra di suatu tempat dengan tujuan mendidik dan melatih mitra untuk memulai bisnis HNI-HPAI. Yaitu dengan menyampaikan cara untuk mendekati sasaran calon mitra dalam berbagai keadaan dan kegiatan. Tidak hanya cara untuk mendekati tetapi juga cara mengajak calon mitra untuk bergabung dengan HNI-HPAI.

Selain melatih mitra, *home sharing* dimaksudkan untuk menjaga hubungan antar mitra tetap terjalin akrab dan mengajak mitra untuk berdiskusi. Yaitu dengan sharing pengalaman pribadi masing-masing pada

saat mengajak mitra baru, perjalanan bisnis, testimoni produk, atau menceritakan pengalaman orang lain yang di dengar dari mitra lain untuk di ambil *ibrah*-nya.

Home sharing yang dilakukan selalu menggunakan ayat Alqur'an mengenai makanan halal yaitu surah Al-Baqarah ayat 168 dan menyampaikan kebiasaan nabi mengkonsumsi makanan tertentu seperti kurma, habbatusauda, zaitun dan madu. Maka dari itu, *leader* beranggapan dengan menggunakan produk HNI-HPAI yang mengandung kurma dan lainnya dikatakan telah mengerjakan sunah nabi.

Pendapat ini selaras dengan yang dikemukakan oleh Norman Anderson dalam teorinya yang mengasumsikan sikap dan keyakinan individu terbentuk melalui sejauh mana informasi mendukung sesuatu yang menjadi kepercayaannya. Dalam *home sharing* juga diadakannya sesi diskusi yang mendukung adanya transfer pengetahuan dan keterampilan antar sesama mitra. Teori yang mendukung hal ini adalah teori belajar yang dikemukakan oleh Berkson dan Wettersten.

Adapun penyampaian dakwah ketika *home sharing* adalah penggunaan ayat Alqur'an dan sunah nabi dalam komunikasi yang dilakukan oleh *leader* kepada mitra atau sesama mitra. Disamping itu, kegiatan *home sharing* yang mengumpulkan mitra dalam satu tempat juga merupakan cara menjaga silaturahmi. Silaturahmi merupakan upaya untuk

mempererat hubungan sosial dan hubungan persaudaraan antar sesama muslim.

Komunikasi dakwah yang terjadi antar mitra ketika sesi diskusi akan semakin menguatkan nilai yang di pegang yaitu ajaran Islam sehingga pesan apa pun yang disampaikan berkenaan dengan nilai agama akan mudah di percayai. Pesan dalam komunikasi persuasif yang mengatasnamakan ajaran Alqur'an dan sunah cenderung di percayai bahkan tanpa filter. Sehingga dengan mudah mitra terpengaruh dan mencontoh pesan apa pun yang di dengar karena mitra percaya bahwa pesan itu sesuai dengan keyakinannya.

Mitra mengimplementasi perintah dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168 dengan berhijrah ke produk HNI-HPAI yang *Halālān thayyibān* serta turut menyiarkan produk tersebut dengan mengajak orang lain untuk menjadi sama seperti dirinya. Yaitu berhijrah menggunakan produk halal dan ikut membumikan produk HNI-HPAI sebagai bentuk siar kepada agama Allah melalui kegiatan bisnis.

Kegiatan mengajak hijrah produk ini salah satu bentuk implemementasi dakwah menurut Q.S. An-Nahl ayat 125 yaitu

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Q.S. An-Nahl ayat 125 berisi tentang seruan dakwah kepada seluruh umat Islam tanpa terkecuali yang berarti siapa saja berhak dan berkewajiban untuk menyampaikan risalah Allah. Hal ini selaras dengan hadis Nabi “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari). Yang bermakna agar setiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi Muhammad Saw. bersegera menyampaikannya walaupun sedikit. Mitra HNI-HPAI merepresentasi hadis ini dengan mengimplementasi metode dakwah dalam Q.S. An-Nahl ayat 125.

b. Leader sebagai *da'i*

Leader ialah orang yang telah menjalani serangkaian pelatihan keanggotaan yang diberikan oleh perusahaan melalui mitra perekrut sebelumnya. pelatihan yang diberikan oleh perusahaan berupa KHT (Kuliah Herba Thibbunnabawi), *Succes Bussiness Program* (SBP), *Bussiness Opportunity Success* (BOS), HEBAT, dan HNI *Success Bussiness Coaching*.

Pelatihan tersebut di maksudkan agar semua mitra HNI-HPAI memiliki kualifikasi dalam hal otoritas dan kredibilitas sehingga perkataannya tidak mudah di ragukan. Dalam dakwah dikenal pula dengan dakwah *bil-hikmah* yang berarti dakwah didasari oleh pengetahuan dan kebijaksanaan. Pengetahuan dalam bidang yang di dakwahkan dan berdakwah dengan sifat bijaksana.

Bimbingan dan pelatihan yang di berikan juga berupaya untuk meningkatkan *basic skill* dalam komunikasi dan pengetahuan herbal. Kemampuan berkomunikasi yang baik sangat di butuhkan untuk meyakinkan mitra dan calon mitra. Pendekatan komunikasi dengan bahasa dan kata yang tepat dan mudah di mengerti sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi karena komunikan memiliki latar belakang dan nilai kepercayaan yang tidak sama. Di tambah dengan status sosial dan latar belakang pendidikan menyebabkan efek komunikasi akan berbeda-beda.

Adapun pengetahuan tentang herbal merupakan bagian lain yang juga penting dimiliki setiap mitra maupun *leader*, karena pada dasarnya leader menyiarkan produk halal dengan bahan utama herbal. Pengetahuan dasar tentang herbal merupakan bagian dari otoritas yang harus di miliki leader agar dapat meyakinkan calon mitra.

Sisi dakwah yang dilakukan melalui bisnis HNI-HPAI adalah menyiarkan produk halal dan mengajak berhijrah menggunakan produk halal. Artinya dalam upaya dakwah dibutuhkan seorang *da'i* yang andal dan memiliki pengetahuan terhadap materi yang di syiarkan.

c. Mengajak kerabat dan teman dekat

Jika merujuk pada Al-Qur'an kegiatan mengajak sanak saudara untuk berhijrah menggunakan produk yang halal maka hal ini merupakan implementasi dari Q.S. Asy-Syuraa' ayat 214-216 yang menyebutkan perintah berdakwah kepada kerabat dan teman dekat. Kegiatan mengajak

orang lain terutama sanak keluarga untuk berhijrah ke produk halal merupakan salah satu bentuk dakwah. Hal ini yang mendasari narasumber mendakwahkan produk HNI-HPAI ke keluarga dan teman.

وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ﴿٢١٤﴾ وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ

الْمُؤْمِنِينَ ﴿٢١٥﴾ فَإِنْ عَصَوْكَ فَقُلْ إِنَّي بَرِيءٌ مِّمَّا تَعْمَلُونَ ﴿٢١٦﴾

“Dan berilah peringatan kepada kerabat-kerabatmu yang terdekat(214)dan rendahkanlah dirimu terhadap orang-orang yang mengikutimu, yaitu orang-orang yang beriman (215)Jika mereka mendurhakaimu maka katakanlah: Sesungguhnya aku tidak bertanggung jawab terhadap apa yang kamu kerjakan” (216)

Mengajak sanak saudara berhijrah menggunakan juga merupakan amar ma'ruf nahi munkar. Dengan mendakwahkan produk halal maka artinyatelah mengajak orang lain kepada hal yang benar dan melarang kepada kesesatan. Dengan demikian, kegiatan para mitra untuk mengajak menggunakan produk halal HNI-HPAI termasuk kedalam *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*. Berupaya mengajak orang lain untuk mengamalkan Q.S. Al-Baqarah ayat 168 dengan menggunakan dan memakan dari yang halal lagi baik dan bekerja dengan pekerjaan yang halal.

Dalam teori keseimbangan dan teori inokulasi menyebutkan bahwa individu mencari unsur kesamaan dengan kepercayaannya. Artinya, jika pesan yang di sampaikan bertentangan maka individu cenderung menolak pesan. Namun, dakwah tentang produk halal yang dilakukan narasumber

kepada sanak saudara dapat di terima karena sejalan dengan ajaran dan kepercayaan yang dianut.

d. Silaturahmi

Silaturahmi adalah cara memperteguh hubungan persaudaraan, dengan cara mengunjungi kerabat atau tetangga. Dalam sebuah hadits Rasulullah saw. menyebutkan beberapa keutamaan dari silaturahmi yaitu di luaskan rezeki dan di panjangkan umur. Selain itu, dalam hadits lain juga di sebutkan bahwa silaturahmi merupakan salah satu cara masuk surga dan bentuk ketaatan kepada Allah.

مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ

“Barang siapa yang ingin dilapangkan rizkinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah dia menyambung tali silaturahmi” [muttafaqun ‘alaih]

Berpegang pada hadis di atas, mitra HNI-HPAI menjalankan silaturahmi ke rumah-rumah di sekitar lingkungan tempat tinggalnya sampai ke daerah yang baru di kunjungi untuk menyiarkan produk dan mencari mitra baru. Dari beberapa pengalaman yang diceritakan narasumber, bahwa silaturahmi yang dilakukan ke rumah warga di daerah tertentu yang belum pernah di kunjungi berdasarkan spontanitas. Namun ada juga yang direncanakan dengan beberapa mitra lain.

Teori yang berkenaan dengan metode silaturahmi adalah teori yang dikembangkan oleh Muzafer dan Carolyn Sherif tentang teori penilaian sosial. Teori ini menekankan pada sikap komunikator yang berpotensi

mempengaruhi persepsi komunikan. Dalam silaturahmi keberhasilan mitra dalam membujuk calon mitra berpatokan pada visual sikap yang ditampilkan oleh komunikator sehingga dapat meyakinkan komunikan.

e. Mendekati pemimpin

Langkah paling cepat dalam mempersuasi orang lain yaitu dengan mendekati pemimpin suatu kaum. Seorang ketua atau pemimpin adalah orang yang dihormati dan disegani, sehingga setiap perkataannya kemungkinan berpengaruh bagi para anggotanya. Dalam upaya menarik lebih banyak orang untuk berhijrah produk, mitra HNI-HPAI menerapkan metode pendekatan kepada ketua pengajian atau *Ta'lim* untuk bergabung dengan HNI-HPAI.

Bisnis MLM adalah bisnis yang berjalan dengan cara membuat akar seperti akar pohon. Semakin banyak akar yang dimiliki maka semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh puncak akar (*up line*). *Up line* akan tetap mendapat keuntungan meskipun tidak merekrut mitra baru, karena jaringan dibawahnya lah yang akan merekrut mitra. Namun mitra yang bergabung melalui jaringan di bawahnya akan terdaftar sebagai bagian dari jaringannya sendiri.

Sehingga mitra HNI-HPAI akan memfokuskan perhatian untuk merekrut ketua atau pimpinan, sebab dengan begitu ketua atau pemimpin tadi akan mencari mitra untuk membangun jaringannya sendiri. Secara

otomatis jaringan mitra perekrut pertama akan bertambah meskipun tidak secara langsung melakukan perekrutan pada anggota ta'lim lain.

f. Menarik simpati *mad'ū*

Observasi peneliti mendapati bahwa Ustadz Elyas menarik simpati audiensi dengan pertanyaan 'umrah' untuk memicu reaksi spontan audiensi yang penasaran. Ustadz Elyas bercerita pengalaman beliau setelah bergabung dengan perusahaan HNI-HPAI dan apa saja yang telah dia raih dan lakukan semenjak menjadi member HNI-HPAI. Dengan demikian audiensi cenderung termotivasi untuk bergabung dengan harapan akan mendapatkan *reward* yang sama.

Teori komunikasi persuasif yang menjelaskan tentang ini ialah teori pengharapan nilai. Audiensi yang menerima informasi bahwa Ustadz Elyas dapat menunaikan umrah secara gratis karena bergabung dengan HNI-HPAI. Audiensi mempercayai perkataan Ustadz Elyas karena mengharapkan sesuatu dari sikapnya.

Teori kedua yang mempengaruhi audiensi untuk mempercayai pesan dari Ustadz Elyas di pengaruhi oleh latar belakang Ustadz Elyas dalam menyampaikan pesannya. Teori ini bernama teori atribusi yang diperkenalkan oleh Bernard Weiner. Pada teori ini yang menjadi poin penentu audiensi menerima ajakan atau pengaruh komunikator adalah faktor orang yang menyampaikan atau siapa sosok yang sedang mempersuasi.

g. Memberikan testimoni dan mengajak memakai (PCA)

Metode PCA memberikan kesan dan bukti nyata kepada calon mitra maupun konsumen dengan cara menyuguhkan produk untuk di pakai secara langsung oleh calon mitra atau konsumen. Cara kerjanya mitra akan menggunakan produk dari HNI-HPAI dalam jangka waktu tertentu kemudian menceritakan pengalaman yang di dapatkan kepada teman atau calon mitra yang ditargetkan dan mengajak menggunakan produk yang sama agar calon mitra percaya.

Mendemonstrasikan produk dengan menyarankan untuk mencoba secara langsung dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Teknik marketing serupa banyak di gunakan dalam produk *marketing* kecantikan dan makanan yang disebut sebagai *tester*. Tujuan diadakan tester adalah agar konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Demikian yang berusaha dilakukan oleh mitra HNI-HPAI dengan mengajak memakai produk dan memberikan testimoni.

Disamping itu, adanya testimoni dapat menjadi bagian dari promosi perusahaan dengan perantara *word of mouth* atau bentuk rekomendasi dari pengguna terhadap suatu produk atau lainnya kepada keluarga atau orang terdekatnya. Dengan rekomendasi tersebut maka calon mitra akan semakin terpengaruh untuk mencoba sendiri.

i. Pendekatan *one by one*

Medekati calon mitra secara personal dengan berdiskusi juga merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh mitra HNI-HPAI. Artinya,

pendekatan yang dilakukan adalah dengan menjadi teman dari mitra kemudian setelah cukup meyakinkan mitra akan mulai mengajak berdiskusi tentang bisnis HNI-HPAI beserta produknya.

Kebanyakan cara ini mengungkapkan gencarnya pertumbuhan ekonomi barat yang menguasai pasar Indonesia dan teori konspirasi yang diyakini mitra tentang adanya pengaruh umat non-muslim yang mengendalikan barang konsumsi umat muslim. Dalam diskusi mitra akan menekankan untuk menggunakan produk buatan Indonesia dan produk yang halal. Dan menunjuk produk HNI-HPAI secara khusus sebagai alternatif untuk menghindari konspirasi barat tadi.

2. Sistem bisnis HNI-HPAI

Perusahaan HNI-HPAI berbasis syariah dan menggunakan sistem multilevel marketing. Setiap mitra yang bergabung di HNI-HPAI tidak dibatasi status sosial maupun pendidikan. Siapa saja yang mau dan mampu untuk berbisnis HNI-HPAI dapat menjadi member perusahaan dengan catatan telah memenuhi standar keanggotaan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Mitra HNI-HPAI adalah *da'i* yang menyeru untuk menggunakan produk halal. Pengetahuan dasar yang harus dimiliki *da'i* HNI-HPAI adalah mengetahui dengan benar ayat yang menyerukan untuk mengkonsumsi makanan halal yaitu Q.S. Al-Baqarah ayat 168 sebagai dasar rujukan.

Ketentuan tentang bisnis di atur dalam buku panduan HNI-HPAI yang berisi ketentuan anggota berupa pembagian keuntungan dan sanksi bagi mitra

dan agenstok. Keuntungan di tetapkan dengan besaran yang berbeda pada tingkatan level, semakin tinggi level mitra maka semakin besar keuntungan yang di dapatkan.

Jalannya bisnis MLM syariah HNI-HPAI di awasi oleh dewan syariah yang terdiri dari 3 orang yaitu 2 orang dari MUI dan 1 orang dari perusahaan HNI-HPAI. Adanya dewan syariah untuk mengawasi pelanggaran yang mungkin terjadi seperti *ikhtilaj* di perusahaan maupun produksi yang tidak sesuai. Perihal produk dan keterangannya di muat dalam katalog terpisah yang khusus menampilkan produk HNI-HPAI. Perusahaan juga memudahkan mitra untuk mengakses informasi terkait perkembangan jaringan bisnisnya dengan mengintegrasikan AVO ke layanan virtual (internet) sehingga dapat di akses kapanpun dan di mana pun.

3. Media yang digunakan sebagai media dakwah

Melejitnya kepopuleran media internet, dikuasai pula oleh perusahaan HNI-HPAI sebagai media promosi. Media sosial seperti facebook, twitter, youtube, instagram, website dan whatsapp di manfaatkan untuk mempromosikan bisnis dan produk HNI-HPAI. Pengelolaan akun HNI Official di manajemen dengan baik. Meskipun pengelola tidak mengupdate informasi setiap hari, pengelola tetap melakukan update postingan di berbagai media sosial HNI Official secara berkala kecuali pada akun grup chat whatsapp yang dikelola secara personal oleh *leader*.

Beberapa media sosial HNI Official yang di kelola tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan informasi tetapi juga media dakwah. Adapun akun media sosial yang dikelola sebagai akun dakwah terdiri dari instagram, facebook, youtube dan whatsapp. Website dan twitter peneliti golongan sebagai media yang bukan di gunakan sebagai media dakwah melainkan hanya media informasi.

a. WhatsApp

WhatsApp adalah media komunikasi yang digunakan oleh semua jaringan HNI-HPAI untuk berbagi pesan. Setiap mitra yang telah bergabung akan dimasukkan ke dalam grup whatsapp yang dibuat oleh masing-masing leader perekrut. Mitra HNI-HPAI cabang Palangka Raya jaringan Inka alamanda Nasution dan Ustaz Elyas tergabung dalam KELUARGA BAHAGIA HNI dan MITRA SEHAT HNI 1.

Grup WhatsApp KELUARGA BAHAGIA HNI dan MITRA SEHAT HNI 1 digunakan untuk *sharing* tip sukses berbisnis dengan HNI-HPAI, *sharing* informasi manajemen perusahaan, artikel kesehatan, resep herbal HNI-HPAI, informasi kegiatan, dan pesan dakwah. Kegiatan *sharing* pesan dakwah dilakukan secara masif yakni hanya menyangkut masalah atau isu terhangat saja. Sehingga tidak berfokus pada dakwah secara keseluruhan namun tetap menyiarkan dakwah dalam konteks pesan keagamaan melalui whatsapp.

b. Channel Youtube

Youtube channel HNI official secara spesifik mengunggah 2 video yang berisi ceramah singkat kepada staff HNI-HPAI. Selain itu, beberapa video lagu yang di unggah mengandung kata-kata dakwah dalam syairnya. Peneliti menemukan 4 lagu yang dikategorikan mengandung pesan dakwah sebagai berikut:

Lirik Rindu Baitullah HNI HPAI³

Labbaik Allahumma labbaik

Labbaik kala syarikalaka labbaik

Innal Hamda wannî'mata

Laka walmuk laa syarika lak

Rindu ini sudah sedalam rasa, yang telah merasuk ke dalam jiwa
Mengharap datangnya undangan dari-Mu, Menjadi tamu di rumah-Mu
Dalam doa aku selalu meminta walau terasa belum pantas untuk bertamu
Namun biarkan lah aku tetap meminta agar tetap terjaga rinduku kepada-Mu

Labbaik Allahumma labbaik

Labbaik kala syarikalaka labbaik

Innal Hamda wannî'mata

Laka walmuk laa syarika lak

Dalam takut dan harapku kepada-Mu, rindu ini tak akan pernah terganti
Namun bila sampai aku mati, izinkanlah aku menjadi tamu yang abadi

Labbaik Allahumma labbaik

Labbaik kala syarikalaka labbaik

Innal Hamda wannî'mata

Laka walmuk laa syarika lak

Kata *Labbaik Allahumma Labbaik. Labbaik kala syarikalaka*

labbaik. Innal Hamda wannî'mata. Laka walmuk laa syarika lak berarti aku penuhi panggilan-Mu ya Allah, aku penuhi panggilan-Mu, Tidak ada sekutu bagi-Mu. Sesungguhnya pujian dan nikmat adalah milik-Mu, begitu juga kerajaan milik-Mu. Tiada sekutu bagi-Mu. Dalam kalimat ini mengandung

³*Rindu Baitullah HNI HPAI*, n.d., accessed August 12, 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=MSdOIgIh370>.

kata-kata yang sering di ucapkan pada saat berhaji. Secara keseluruhan lagu Rindu Baitullah HNI HPAI berisikan doa yang dilantunkan agar dapat pergi ke tahan suci dan menunaikan ibadah haji atau umrah.

Lirik Hymne HNI HPAI⁴

Semua bermula dari bismillah, merangkai cita menggapai asa
Menebar kebaikan dimana saja, untuk merajut mimpi menjadi nyata
Bertebaranlah dimuka bumi, untu kemnjemput rezeki dari Ilahi
Dan teruslah berjuang untuk mencari dimanapun engkau berdiri
Jangan pernah berhenti pejuang HNI HPAI
Jangan pernah terhenti pejuang HNI HPAI
Sampai akhir hayat nanti

Lirik dari lagu ini mengambil beberapa makna ayat Alqur'an dalam Q.S. al-Jumu'ah ayat 10 yang menyerukan untuk bertebaran di muka bumi dalam upaya mencari rezeki yang telah Allah persiapkan untuk hamba-Nya. Juga beberapa kalimat motivasi untuk tidak menyerah yang diperuntukkan bagi mitra HNI-HPAI.

Lirik Terbang Tinggi HNI HPAI⁵

Berlari... mengejar.... terbang tinggi... memimpin pasar
Genggam dunia, kaki tetap di bumi, iman dijaga
Semua karena Ilahi
Berlarilah engkau mengejar mimpimu, dengan iman sebagai penuntunmu
Dan tetaplah engkau slalu teguh, semakin tinggi engkau terbang semakin kencang angin kan menghantam
Namun tak perlu engkau takutkan, bila semua dilakukan karena Tuhan Allah... Ya Allah
Terbanglah tinggi bersama HNI HPAI
Memimpin pasar disetiap negeri
Terbang berjaya ke semua negara

⁴*Hymne HNI HPAI Inaugurasi 2016 12*, n.d., accessed August 12, 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=iSynxQQXXJs>.

⁵*Terbang Tinggi HNI HPAI 2017*, n.d., accessed August 12, 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=l0AhraK3SQE>.

Kuatkanlah diri kokohkan jiwa
 Terbanglah tingi
 Terbang berjaya ke semu negara
 Kuatkanlah diri, kokohkan jiwa
 Terbanglah tinggi
 Terbanglah tinggi bersama HNI HPAI

Lagu Terbang Tinggi merupakan lagu yang mengungkapkan keimanan kepada Allah. Dengan pesan yang menekankan bahwa segala upaya dan kerja keras harus di dasarkan untuk Allah dan karena Allah. Lagu ini juga merupakan cita-cita dari perusahaan dan juga motivasi untuk mencapainya.

Lirik Barisan Para Pejuang⁶

Ini adalah barisan para pejuang, yang menjunjung tinggi nilai kemuliaan
 Ini adalah para jiwa pemenang
 Yang tetap berdiri di dalam kehormatan
 Berhati lembut namun tak melemahkan
 Berjiwa kesatria namun tetap fitrahnya
 Tak mudah goyah walau ujian melanda
 Sebab citanya adalah mulia
 Ini barisan para pejuang
 Istiqomah ia di dalam cita-citanya
 Menjadi cahaya di dalam keluarga
 Karena syurga adalah yang dirindukannya
 Ini barisan para pejuang
 Istiqomah ia dalam menjaga hatinya
 Tetap teguh didalam keimanan
 Dan siap siaga disetiap keadaan

Lagu ini menyerukan untuk terus berada pada jalur yang benar dengan beristiqomah pada sesuatu yang diyakini. Yaitu beristikamah dalam menggunakan produk halal dan istikamah dalam menjalankan bisnis

⁶*Barisan Para Pejuang HNI-HPAI Inaugurasi*, n.d., accessed August 12, 2020, https://www.youtube.com/watch?v=kkNkFjkFB_g.

network marketing. Dengan kepercayaan bahwa keistiqomahan itu dapat menjadi pandu menuju surga seperti yang diimpikan setiap muslim.

c. Facebook

Pengelola secara berkala mengunggah foto dan informasi baru terkait perkembangan bisnis HNI-HPAI. Selain itu, akun facebook Herba Penawar Al-Wahida Indonesia juga mengunggah penayangan ulang video siaran langsung HNI tv yang fokus membahas produk dan bisnis HNI-HPAI.

Meskipun sebagai akun layanan kesehatan dan fokus pada *share* produk, akun Herba Penawar Al-Wahida Indonesia kerap mengunggah produk dengan *caption* berisi hadis Rasulullah SAW yang menyinggung tentang pengobatan alternatif dengan bahan herbal atau ayat Alquran yang berhubungan dengan itu. Sehingga bisa dikatakan bahwa akun Herba Penawar Al-Wahida Indonesia merupakan media yang memuat pesan dakwah secara implisit. Akun ini juga memposting foto dan *caption* yang sama dengan *headline* Jumat Berkah yang berisi pesan dakwah.

d. Instagram

Sebagai akun bisnis HNI Official, akun @pthpai merupakan media informasi bagi mitra berupa postingan terkait produk, testimoni, dokumentasi kegiatan HNI hingga dakwah. Akun @pthpai secara periodik mengunggah pesan dakwah dengan tagar #JumatBerkah. Menariknya postingan dengan #JumatBerkah hanya di posting setiap hari jum'at dan hampir selalu membahas keutamaan ibadah di hari Jum'at. Setiap postingan

juga hampir selalu diberi *caption* berupa kutipan hadis, arti potongan ayat Alquran dan kata bijak berisi pesan *muhasabah* dan motivasi dalam beribadah.

Tagar #JumatBerkah pertama kali di posting oleh akun @pthpai pada 13 Juli 2018. Hingga 11 April 2020 postingan #JumatBerkah berjumlah sebanyak 51 postingan foto. Baik foto maupun *caption* unggahan yang dibagikan menggunakan kata-kata kebajikan penuh makna.

e. Twitter

Akun HNI official @pthpai secara spesifik tidak berfokus pada dakwah, walaupun dalam beberapa unggahan akun twitter @pthpai merupakan *re-post* pesan dakwah #JumatBerkah pada akun instagram @pthpai. Karena unggahan yang di *tweet* tidak lengkap dan hanya menampilkan separuh *caption* serta *link* instagram @pthpai. Untuk itu, peneliti menetapkan bahwa akun twitter @pthpai bukan merupakan bagian dari media yang digunakan sebagai media dakwah HNI HPAI.

f. Website

Salah satu kegunaan website hni.net adalah akses untuk login ke AVO (*account virtual office*) yaitu akun pribadi mitra yang memuat informasi keagenan dan perkembangan bisnisnya. Website hni.net berisikan informasi perusahaan yang dapat di akses orang selain mitra. Tidak ada informasi atau pesan dakwah dalam website hni.net sehingga peneliti menggolongkan bahwa website hni.net bukan merupakan media berdakwah.