

ABSTRAK

Strategi Multilevel Marketing Syari'ah *Halal Network Internasional* (HNI) dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Halal Mart Einusyams *Bussiness Center 2* Kediri) Lailatul Badriyah/35.2014.4.1.0689

Halal Mart Einusyams adalah salah satu bussiness center cabang 2 dari perusahaan PT. HNI HPAI yang merupakan perusahaan herbal terbesar di Indonesia. Salah satu tujuan dari perusahaan ini adalah menjadi produsen produk herbal yang berdaya saing tinggi dan produknya diminati konsumen. Untuk menggapai tujuan itu, maka diperlukan sebuah strategi yang bagus dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan serta bersaing dengan pesaing, baik dari dalam maupun luar negeri dan meningkatkan volume penjualan. Di tengah maraknya strategi pemasaran yang tidak islami, perusahaan ini mencoba untuk berdakwah dengan menggunakan produk herbal sekaligus strategi pemasaran yang islami. Strategi pemasaran yang islami dapat ditinjau dari nilai-nilai islam yang terdapat dalam bahan baku, proses kemasan, proses pengolahan, pembiayaan dan sistem pembagian upah kerja bagi para karyawan. Dalam pemasarannya perusahaan ini memakai strategi multilevel marketing syari'ah, yaitu sebuah strategi dengan bentuk bertingkat-tingkat yang memberikan bonus berdasarkan pada prestasi hasil kerja nyata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem multilevel marketing syari'ah dan untuk mengetahui bagaimana strategi multilevel marketing syari'ah dalam meningkatkan volume penjualan di perusahaan Halal Mart Einusyams Bussines Center 2 cabang Kediri selama masa penelitian tahun 2017-2018.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dengan ini penulis mencoba untuk mengumpulkan data-data primer maupun sekunder. Dalam pengumpulan data-data tentang perusahaan yang diteliti, penulis menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Setelah itu data-data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan teknik model interaktif. Analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data. Pada awalnya peneliti akan mulai dengan mereduksi data kemudian menyajikan data dilanjutkan dengan memverifikasi dan menyimpulkan data guna mendapatkan jawaban akhir dari rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi multilevel marketing syari'ah dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh perusahaan Halal Mart Einusyams cabang Kediri sesuai dengan strategi multilevel marketing syari'ah yang telah ditetapkan oleh Dewan Pengawas Syari'ah Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan ketentuan akad ju'alah yang ada dalam islam. Dengan menggunakan strategi multilevel marketing syari'ah ini, dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan kualitas pemasaran perusahaan. Selain itu strategi ini juga memperkuat kedudukan perusahaan di pasar bisnis, sehingga membantu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain baik di dalam maupun diluar negri. Peneliti juga menemukan dampak dalam penggunaan strategi pemasaran ini. Adapun dampak yang ditemukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dampak yang positif berupa pengentasan pengangguran melalui pembangunan jaringan yang tidak mengenal batas yang diiringi dengan pemberian upah yang sesuai dengan prestasi kerja nyata.

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis berharap bahwasannya perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas strategi pemasaran yang dimilikinya, sehingga dengan meningkatnya kualitas strategi pemasaran dapat membantu dalam meningkatkan kualitas perusahaan serta membantu Negara dalam mengurangi pengangguran.

Kata Kunci: *Strategi, Multilevel Marketing Syari'ah, Volume Penjualan.*

الملخص

استراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي في ارتفاع حجم المبيعات

(دراسة حالة في حانوت حلال عين الشمس فرع كديري)

ليلة البدرية/٢٠١٩، ١٤، ٤، ٢٠١٤، ٣٥

إن حانوت حلال عين الشمس أحد مراكز المهنة الثانية من الشركة التجارية هربال فنوار الواحدة إندونيسيا (HPAI) التي أصبحت من أكبر شركة في إندونيسيا. أحد الأهداف من هذه الشركة هو أن تصبح الشركة مصنعا للمنتجات العشبية التي لها القدرة التنافسية العالية ومنتجاتها جذابة للمستهلكين. للوصول إلى هذا الهدف، فتنحتاج إلى استراتيجية جيدة في مجال التسويق بحيث يمكن أن ترفي مبيعات الشركة، ويتسابق مع المنافسين الآخرين، سواء كان من داخل أو خارج البلاد ثم يرفي حجم المبيعات. في أثناء استراتيجية التسويق التقليدي، حاولت هذه الشركة للدعوة باستخدام المنتجات العشبية واستراتيجية التسويق الإسلامي في آن واحد. ويمكن استعراض استراتيجية التسويق من القيم الإسلامية الواردة في المواد، وعملية التعبئة والتغليف والتجهيز والتمويل ونظام تقسيم أجور الموظفين. في تسويقها ترتدي هذه الشركة بإستراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي، وهي استراتيجية على الشكل من أشكال المنازل التي تعطي العلاوة على أساس إنجاز العمل الحقيقي.

يهدف هذا البحث إلى معرفة نظام التسويق الشبكي الإسلامي ومعرفة كيفية استراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي في ارتفاع حجم المبيعات في حانوت حلال عين الشمس فرع كديري في السنة البحثية ٢٠١٧-٢٠١٨.

هذا البحث من البحث العمل الميداني مع نوعية الدراسة الوصفية النوعية. ومن هذا حاولت الباحثة على جمع البيانات الأولية والبيانات الثانوية. وفي جمع البيانات التي تم فحصها، تستخدم الباحثة طريقة المراقبة والتوثيق والمقابلات. بعد ذلك سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها بتقنيات النماذج التفاعلية. وتحليل البيانات تجري في وقت واحد مع عملية جمع البيانات. وفي البداية ستبدأ الباحثة بتخفيض البيانات ثم تحققها وتختتمها من أجل الحصول إلى أقصى الإجابة من الخطوط العريضة للمشاكل التي أعرضت عنها الباحثة.

ظهرت نتائج هذا البحث بأن استراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي التي تم تطبيقها من قبل حانوت حلال عين الشمس فرع كديري تناسب نظرية استراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي لمجلس الملاحظة الشرعية مجلس العلماء الإندونيسي وعقد الجمالة الموجودة في الإسلام. وباستخدام استراتيجية التسويق الشبكي الإسلامي، يمكن أن تقدم المساهمة في زيادة حجم المبيعات وتحسين نوعية تسويق الشركة. بالإضافة إلى ذلك، تعززت هذه الاستراتيجية موقع الشركة في سوق الأعمال التجارية، مما تساعد الشركة في التنافس مع شركات أخرى داخل البلد وخارجه. ووجدت الباحثة أثر استخدام هذه الاستراتيجية التسويقية. أما بالنسبة للأثر الذي وجدتها الباحثة في هذه الدراسة، فكان لها أثر إيجابي في نقصان عدد البطالة وذلك بإنشاء شبكة لا تحدد مقترنا بمنح أجرة مطابقا بإنجازات العمل الحقيقي.

واستنادا إلى نتائج هذه الدراسة، تأملت الباحثة في تحسين جودة الاستراتيجية التسويقية لهذه الشركة، فإن ارتفاع جودة استراتيجية التسويق تساعد في تحسين نوعية الشركة، ثم تأتي بعد ذلك بمساعدة البلاد في نقصان البطالة.

الكلمة الرئيسية: الاستراتيجية، تسويق الشبكي الإسلامي، حجم المبيعات.