

ABSTRAK

Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Bisnis Halal *Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam Mengembangkan Jaringan Bisnis

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat penting, salah satunya mengenai strategi pemasaran. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah sebuah perusahaan *network marketing* yang memiliki tujuan mulia menjayakan produk halal berasaskan *ṭibbunnabawi*, membumikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneursip* serta menjadi pemimpin pasar halal Indonesia dan dunia. Strategi pemasaran dibutuhkan perusahaan agar seluruh tujuannya dapat tercapai dengan mudah. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana efektivitas strategi pemasaran pada bisnis halal *network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam mengembangkan jaringan bisnis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tiga pendekatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai strategi pemasaran yang telah dilakukan perusahaan baik dari segi pemilihan pasar, produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, dan proses sudah dapat dikatakan efektif dalam rangka mengembangkan jaringan bisnis dilihat dari hasil analisis berbagai indikator efektivitas menggunakan pendekatan sumber, pendekatan proses, dan pendekatan sasaran, serta dilihat dari semakin meningkatnya jumlah pendaftaran agen yang bergabung pada bisnis halal *network* PT HPAI ini setiap bulannya.

Kata kunci: Efektivitas, Strategi Pemasaran, PT HPAI

ABSTRACT

Effectiveness Analysis of Marketing Strategy on Halal Network Business of PT Herba Penawar Alwahida Indonesia to develop a Business Networking

Marketing is one of the most important economic activities. One of the most important thing on marketing activities is about marketing strategy. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia is one of Indonesian network marketing company that has a noble goal to serving a good quality and halal products based on *ṭibbunnabawi*, spreading an Islamic economy in Indonesia through entrepreneurship, and to become a market leader of halal market nasionally and globally. A marketing network company needs some of marketing strategy to reach all their goals easily. This study aims to answer how the successness of marketing strategy on halal network bussiness of PT HPAI in order to develop a bussiness networking.

The research method used in this research is a descriptive qualitative research method with field research type. Methods of data collection in this study is using the method of interview and documentation. Data analysis techniques is using three appoarch of analysis, which is data reduction, data display, and conslusion drawing/verivication.

Result of this research indicates that effectiveness of all various marketing strategies that has been used by the company like a market selection strategy, product, price, place, promotion, people, and proses is goes well in order to develop the company's bussiness networking based on the analysis of various effectiveness indicators using the source approach , process approach, and target approach, and based from the increasing number of registration agents who join this halal network business of PT HPAI every month.

Keywords: Effectiveness, Marketing Strategy, PT HPAI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

DAFTAR TRANSLITERASI

Pada skripsi ini menggunakan transliterasi Arab-Indonesia yang ditetapkan dalam pedoman teknik penulisan skripsi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura sebagai berikut:

NO	ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
1	ا	'	ط	ṭ
2	ب	b	ظ	ẓ
3	ت	t	ع	'
4	ث	th	غ	gh
5	ج	j	ف	f
6	ح	ḥ	ق	q
7	خ	kh	ك	k
8	د	d	ل	l
9	ذ	dh	م	m
10	ر	r	ن	n
11	ز	z	و	w
12	س	s	ه	h
13	ش	sh	ء	'
14	ص	ṣ	ي	y
15	ض	ḍ		

Untuk menunjukan bunyi hidup panjang madd ditulis dengan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf $\bar{a}$, $\bar{i}$, dan $\bar{u}$.

Bunyi hidup dobel (*diftong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf ay dan aw. Bunyi hidup (*vocalization* atau *harakah*) huruf konsonan akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Kajian Pustaka	6
E. Sistematika Pembahasan	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Efektivitas	12
B. Indikator Efektivitas	13
C. Pengertian Pemasaran	16
D. Strategi Pemasaran	20
E. Bauran Pemasaran	33
F. Jaringan Bisnis	36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	39
B. Subjek dan Objek Penelitian	40
C. Sumber Data Penelitian	40
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Metode Analisis Data	45

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	48
B. Strategi Pemasaran PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	54
C. Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran pada Bisnis Halal <i>Network</i> PT HPAI dalam Mengembangkan Jaringan Bisnis	74

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA	94
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	I
--------------------------------	----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	XXXVI
-----------------------------------	--------------

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Harga Konsumen dan Harga Agen	60
Tabel 4.2 Perbedaan Harga Konsumen Berdasarkan Wilayah	62
Tabel 4.3 Data Jumlah Pembelian Paket Pendaftaran di BC Surabaya	86
Tabel 4.4 Efektivitas Strategi Pemasaran PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kotler, <i>“The four P Components of the Marketing Mix”</i>	35
Gambar 4.1 Skema Ide Besar Halal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Paket Pendaftaran Agen Baru
- Lampiran 2. Brosur PT Herba Penawar Alwahida Indonesia
- Lampiran 3. Paket Support System
- Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 5. Transkrip wawancara dengan ibu Aisyah Hasan
- Lampiran 6. Transkrip wawancara dengan ibu Sri Hidayati
- Lampiran 7. Transkrip wawancara dengan ibu Karimah
- Lampiran 8. Transkrip wawancara dengan ibu Fatimah Suari
- Lampiran 9. Transkrip wawancara dengan ibu Finalia Meiriana
- Lampiran 10. Transkrip wawancara dengan ibu Durrotus Soliha
- Lampiran 11. Surat bukti tanda wawancara dengan ibu Aisyah Hasan
- Lampiran 12. Surat bukti tanda wawancara dengan ibu Sri Hidayati
- Lampiran 13. Surat bukti tanda wawancara dengan ibu Karimah
- Lampiran 14. Surat bukti tanda wawancara dengan ibu Finalia Meiriana
- Lampiran 15. Surat bukti tanda wawancara dengan ibu Durrotus Soliha

DAFTAR SINGKATAN

PT HPAI	: PT Herba Penawar Alwahida Indonesia
DSN-MUI	: Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia
PT	: Perseroan Terbatas
IHK	: Indeks Harga Konsumen
IHS	: Indeks Harga Saham
ICSI	: Indonesian Customer Satisfaction Index
PASTI	: Produk, Agenstok, Support System, Teknologi, Integritas Manajemen
HNI	: Halal Network Internasional
HSIS	: HPAI Sales Integrated System
CRM	: Customer Relationship Management
SDS	: Same Day Service
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
BC	: Bussiness Center
PA	: Pusat Agensi
AC	: Agency Center
PSD	: Pusat Stokis Daerah
DC	: Distribution Center
SC	: Stock Center
CELLS	: Cooperation of Executive Loyal Leaders
AVO	: Agent Virtual Office
SMS	: Short Massage Service
LED	: Loyal Executive Director
PCA	: Pakai Cerita Ajak
KHT	: Kuliah Herba T}ibbunnabawi
SBP	: Success Bussiness Program
HEBAT	: Herbalist & Bussiness Achievement Training
PGH	: Pasta Gigi Herbal