

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HNI-HPAI (HALAL
NETWORK INTERNATIONAL – HERBA PENAWAR
ALWAHIDA INDONESIA) SAMPANG**

(Studi Pada Pusat Agency HNI-HPAI Sampang-Madura)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-1
Program Studi Ekonomi Syariah**



Disusun oleh :

RIEHA SA'ADAH

NIM : 201410510311033

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Agustus 2018**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HNI-HPAI (HALAL
NETWORK INTERNATIONAL-HERBA PENAWAR
ALWAHIDA INDONESIA) SAMPANG**

(Studi Pada Pusat Agency HNI-HPAI Sampang-Madura)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Derajat Gelar S-1

Program Studi Ekonomi Syariah



Disusun Oleh:

RIEHA SA'ADAH

201410510311033

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Agustus 2018

MOTTO

“Seseorang yang Berusaha (Berikhtiar) tanpa Berdoa, maka dia termasuk orang yang Sombong”

“Seseorang yang Berdoa tanpa Berusaha maka sama saja Bohong”

Ikhtiar + Do'a = Tawakkal



HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya ini kupersembahkan kepada:

*Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih untuk segenap kasih dan
sayangnya serta ketulusan dalam mendidik serta membesarkanku
sehingga menjadi diriku seperti saat ini.*

Serta Ketiga Adikku Rievan, Tasya dan Rachel yang selalu mengibur dikala sedih.

PERYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Rieha Sa'adah

NIM : 201410510311033

Tempat, Tgl. Lahir : Sampang, 02 November 1995

Fak./Jurusan : Agama Islam/Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tugas Akhir/Skripsi dengan judul:

**Strategi Pemasaran Produk HNI-HPAI (Halal Network International-Herba
Penawar Alwahida Indonesia) Sampang**

Adalah bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk tulisan yang telah kami sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, kami bersedia mendapatkan sanksi akademis.

Malang. ...Juli 2018

Mahasiswa Ybs,

Rieha Sa'adah

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat Yang Maha Mengetahui, Maha Karya yang tiada henti melimpahkan kuasa-NYA melalui setiap nafas yang saya hirup untuk dapat menyelesaikan semua kewajibanku. Shalawat serta salam selalu tercurah pada Nabi Besar, Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, yang membawa risalah kemurnian tauhid di tengah kejahiliyaan umat.

Alhamdulillah, tidak lupa penulis ucapkan dengan hati yang tulus rasa terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung telah membantu dalam terselesaikannya tugas akhir ini. penulis menyadari bahwa kelancaran penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dorongan, bantuan, masukan dari semua pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang Bapak Drs. Fauzan, M.Pd
2. Dekan Fakultas Agama Islam Bapak Prof. Dr. Tobroni, M.Si
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang, Bapak Azhar Muttaqin, M.Ag
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Azhar Muttaqin, M.Ag dan Dosen Pembimbing II, Ibu Muslikhati, SE., ME yang senantiasa memberikan bimbingan dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Kepada segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa memberikan ilmu dan pengetahuan sehingga saya memperoleh pengetahuan tentang Ekonomi Syariah.
6. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Vasto Casio dan Ibu Aini Yumna, terima kasih untuk segenap kasih sayang, motivasi serta kesabarannya dalam mendidik serta membesarkan saya sehingga menjadi diriku seperti saat ini. serta tak lupa kepada ketiga adik saya Rievan Arba' Tsanie, Tasya Ilahi dan Rachel Hilya Shabrina.
7. Kepada teman – teman seperjuangan, Ekonomi Syariah Angkatan 2014 yang telah mendukung dan memotivasi saya untuk terus menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Kepada sahabat – sahabat saya tercinta, Nazala Avina Rosyada, Qoimah Lailiyah dan Riska Malfia yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Malang, Juli 2018

TRANSLITERASI

Penulisan bacaan Arab menggunakan panduan transliterasi sebagai berikut:

Tulisan Arab	Ditulis	Tulisan Arab	Ditulis
ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	‘
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	’
ص	Sh	ي	y
ض	Dh		

Vocal panjang dan diftong	
a panjang	Ā
i panjang	Ī
u panjang	ū
أو	Aw
أو	Uw
أي	Ay

<i>Tā' Marbûthah</i> (ة) pada:	
Posisi <i>mudhāf</i>	t
Posisi <i>mawshûf</i>	h
di akhir frase	h

إي	Iy
----	----

Contoh Penulisan Transliterasi:

Tulisan Arab	Ditulis
إِحْيَاءُ عُلُومِ الدِّينِ	<i>Ihyā' 'Ulûm al-Dîn</i>
غُرْفَةُ الْجُلُوسِ	<i>Ghurfat al-Julûs</i>
الْجَامِعَةُ الْكَبِيرَةُ	<i>Al-Jāmi'ah al-Kabīrah</i>



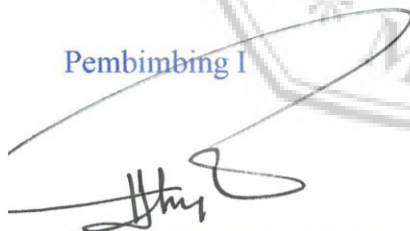
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HNI-HPAI
(HALAL NETWORK INTERNATIONAL-HERBA
PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA) SAMPANG
(Studi Kasus pada Pusat Agency HNI-HPAI Sampang-Madura)**

**RIEHA SA'ADAH
201410510311033**



Telah disetujui
Pada hari/tanggal, Kamis/ 19 Juli 2018

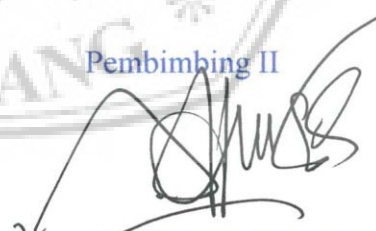
Pembimbing I


Azhar Muttaqin, M.Ag

Dekan
Fakultas Agama Islam


Prof. Dr. Tobroni, M.Si

Pembimbing II



Muslikhati, SE., ME

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Azhar Muttaqin, M.Ag

SKRIPSI

RIEHA SA'ADAH
201410510311033



Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Kamis/ **19 Juli 2018**
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah
di Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua / Penguji : Azhar Muttaqin, M.Ag
Sekretaris / Penguji : Muslikhati, SE., ME
Penguji : Dr. Fien Zulkarijah., MM
Penguji : Mawaddah Warokhmah, SE., MM

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A) LATAR BELAKANG	1
B) RUMUSAN MASALAH	3
C) TUJUAN PENELITIAN	3
D) MANFAAT PENELITIAN.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. PENELITIAN TERDAHULU.....	5
B. LANDASAN TEORITIS	7
1. Teori Strategi Pemasaran	7
2. Teori Produksi.....	13
3. Segmentasi Pasar.....	19
4. Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah.....	22
5. Teori <i>Network Marketing Syariah (Multilevel Marketing Syariah)</i>	23

6. Teori <i>Marketing International</i>	28
7. Macam-Macam Strategi Pemasaran	29
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. JENIS PENELITIAN DAN PENDEKATAN PENELITIAN	35
B. SUMBER DATA	36
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
D. TEKNIK ANALISA DATA.....	38
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN.....	41
A. LATAR BELAKANG OBJEK PENELITIAN.....	41
1. Profil	42
2. Motto.....	43
3. Visi dan Misi	43
4. Lima Pilar (P.A.S.T.I)	44
5. Profil Pusat Agency (PA) HNI-HPAI Sampang	49
6. Sistem Keagenan Toko HNI-HPAI	52
7. Macam-Macam Bonus dan Royalti PT.HPAI	53
8. Network Marketing Syariah (<i>Multilevel Marketing Syariah</i>)	56
9. Produk-Produk Andalan HNI-HPAI Sampang	59
10. Kendala yang menjadi Halangan HNI-HPAI Sampang dalam memasarkan produknya	60
B. PENYAJIAN DAN ANALISA DATA	61
1. Segmentasi Pasar.....	61
2. Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah.....	61
3. Marketing International.....	64
4. Macam-Macam Strategi Pemasaran yang diterapkan di HNI-HPAI Sampang	65

5. Strategi Pemasaran yang Khas yang membedakan HNI-HPAI Sampang berbeda dengan Perusahaan Obat-Obat Herbal Lainnya.	70
6. Strategi Pemasaran Yang Paling Besar Pengaruhnya terhadap Omset penjualan Produk HNI-HPAI Sampang	82
BAB V	84
PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B.SARAN	85
DAFTAR LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Macam-Macam Produk HNI-HPAI.....	58
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Multilevel Marketing.....	26
Gambar 3.1 Proses Analisa Data.....	41
Gambar 4.1 Contoh Aplikasi AVO untuk Agen HNI-HPAI.....	49
Gambar 4.2 Contoh Bonus dari Perusahaan dan Statistik Perkembangan Personal Agen HNI-HPAI.....	50
Gambar 4.3 Wawancara dengan Kepala PA HNI-HPAI Sampang.....	55
Gambar 4.4 Jaringan di Bawah PSD Umaynah.....	56
Gambar 4.5 Grup WA HNI-HPAI Sampang.....	66
Gambar 4.6 Aplikasi Resep Herba HNI-HPAI.....	70
Gambar 4.7 Buku Panduan Diktat KHT Dasar.....	72
Gambar 4.8 Data Statistik Penduduk yang Kemiskinannya di atas Rata-rata.....	75
Gambar 4.9 Fatwa Dewan Syariah.....	80
Gambar 4.10 Sertifikat DSN-MUI.....	81
Gambar 4.11 Wawancara dengan Agen HNI-HPAI (Stokis Tamberu-Sampang).....	86
Gambar 4.12 Kegiatan Home Sharing.....	88
Gambar 4.13 Wawancara dengan PSD Daerah Sampang.....	89

DAFTAR RUJUKAN (REFERENSI)

Buku:

- Alma, Buchari dan Juni Priansa, Doni. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Bahreisy, Salim dan Bahreisy Said. (1993). *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier*. Surabaya: pt bina ilmu.
- B. Firly Ramly, Zulchaidir. (2017). *Dwilogi the Master Book to be the Best Market Leader*. Jakarta: Fighter Management.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Bandung: Penerbit Erlangga.
- J. Stanton, William, *Prinsip Pemasaran*. (1985). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- K. Lubis, Suhrawardi. (2000). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad, *Syariah Marketing* (Bandung: Penerbit Mizan, 2006), 7.
- Kotler, Philip. (2003) *Marketing Insight from A to Z: 80 Konsep yang Harus dipahami oleh Setiap Manajer*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. (2016). *Ekonomi Mikro Islam*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1984). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Poerwanti, Endang. (2000). *Dimensi-Dimensi Riset Ilmiah*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

R. Cteora, Philip dan L. Graham, John. (2007). *Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.

Suharsimi, Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sunarto. (2003). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi.

Winardi. (1989). *Strategi Pemasaran: Marketing Strategy*. Bandung: Mandar Maju.

Jurnal:

Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah. (2016, Februari). Multi-Level Marketing (MLM) : Perspektif Ekonomi Islam. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1.

Hannah Dara. (2006). Website Satisfaction dan Commercial Friendships sebagai Strategi Pemasaran untuk Mencapai Keuntungan Jangka Panjang,” *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol. 5 No. 2.

Haqiqi rafsanjani, (2016, November). Etika Produksi dalam Kerangka Ekonomi Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1 No. 2.

Internet:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/01/04/di-mana-kantong-kemiskinan-jawa-timur>

Diakses pada tanggal 7 Juli 2018 Pukul 18:43.