

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. HNI (*Halal Network International*)

1. Profil PT. HNI

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network International (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal network di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi yang halal dan berkualitas. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT. HNI secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HNI merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berazaskan Thibbunnabawi, yaitu membumikan, memajukan, dan mengaktualisasi ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpreneuship*, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional.¹

2. Produk HNI

HNI fokus pada kualitas produk yang berlandaskan alamiah, ilmiah, dan ilahiah. Produk yang HNI yang dijual adalah produk kualitas terbaik. Standar kualitas produk HNI dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat halal MUI. HNI sebagai perusahaan bisnis *halal network* yang fokus pada bisnis produk-produk herbal yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik. Masing-masing jenis produk tersebut memiliki khasiat dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan oleh agen HNI.²

Produk HNI sangat banyak, untuk kebutuhan sehat keluarga sehari-hari yang setiap waktunya terus dikembangkan dan diperluas sektor pemanfaatannya, diantaranya yaitu:

¹ *Buku Panduan Sukses HNI*, 12.

² *Ibid.*, 18.

- a. Produk harian, seperti pasta gigi, sabun mandi, produk-produk *toiletries* (perlengkapan mandi), dan deterjen cuci pakaian
- b. Produk *Food* dan *Beverages* (minuman), seperti kopi sehat, teh herba, susu kambing, dan minuman sehat keluarga.
- c. Produk Kosmetik Muslimah, untuk kecantikan kulit dan wajah, yang halal, sehat, dan alami.
- d. Produk Kesehatan Muslimah, seperti pembalut dan *pantyliner* herba yang halal, sehat, dan berkualitas.
- e. Produk Kesehatan keluarga harian, yaitu herba dan multivitamin bermanfaat untuk seluruh keluarga, termasuk anak-anak.
- f. Produk *Fashion* Syar'i, yaitu produk pakaian atau busana, dan dimulai perdana dengan kehadiran produk Sarung HNI untuk kebutuhan ibadah seluruh keluarga.

3. Pimpinan PT. HNI

Pimpinan yang terdiri dari tiga dewan, yaitu sebagai berikut:

- a. Dewan Syariah
 - 1) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
 - 2) Dr. H. Endy M. Astiwara, MA. AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)
 - 3) Dr. Oni Sahroni, MA (BPH DSN-MUI)
- b. Dewan Komisaris
 - 1) H. Muslim M. Yatim, Lc, MM (Komisaris Utama)
 - 2) H. Rofik Hasanto, SE (Komisaris)
- c. Dewan Direksi
 - 1) H. Agung Yulianto, SE, Ak, M.KOM (Direktur Utama)
 - 2) H. Erwin Chandra Kelana, ST (Direktur)
 - 3) H. Supriyanto, ST (Direktur)

4. Visi dan Misi PT. HNI

Visi

Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia (dari Indonesia)

Misi

- a. Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat.
- b. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi ummat Islam.
- c. Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat di banggakan, baik sebagai pemasar, pembangunan jaringan maupun produsen.

5. Alamat PT. HNI

Komplek Billy & Moon, Jalan Kelapa Sawit Raya Blok H-11, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450 Indonesia

Telepon: +62 21-8690 9600

Fax.: +62 21-8690 6645

Website: www.hpaindonesia.net

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang di lakukan, dalam bab ini peneliti akan menyajikan dan menjelaskan hasil temuan penelitian baik yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi (pengamatan), dan dokumentasi.

Adapun data yang peneliti kumpulkan dilapangan tidak lepas fokus penelitian dan tujuan penelitian itu sendiri. Sesuai dengan judul skripsi yang peneliti susun yaitu Strategi Agen HNI (*Halal Network International*) dalam Memasarkan Produk di Desa Teja Timur Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam. Maka laporan ini peneliti memaparkan data sesuai dengan fokus penelitian:

1. Strategi Agen HNI (*Halal Network International*) dalam Memasarkan Produk Di Desa Teja Timur Kabupaten Pamekasan

Semua perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dan pendirian usahanya. Dalam perusahaan terdapat agen untuk memasarkan produk. Seorang agen harus memiliki strategi supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya supaya terhindar dari ketidakpuasaan pelanggan dan dapat bersaing dengan agen yang sejenis.

Pada awalnya ibu Khoirul Bariyyah yang biasa di panggil ibu Eri merupakan agen HNI di Desa Teja Timur. Ibu Eri awal mula bergabung menjadi agen HNI karena tertarik kepada salah produk herbal HNI yaitu produk Extra Food yang di berikan secara gratis oleh temannya. Ibu Eri menjalankan bisnisnya cukup lama dan telah mengalami peningkatan penjualan. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Eri, berikut petikan wawancaranya:

“awal mula bergabung menjadi agen HNI yaitu pada tanggal 29 Desember 2019, dimana waktu itu saya sedang sakit batuk dan asma dan cukup lama sembuhnya. Oleh karena itu ada salah satu teman saya yang mempunyai produk herbal HNI yaitu produk Extra Food, produk tersebut saya diberikan oleh teman saya secara gratis, dan saya minum 3 hari setelah makan dan alhamdulillah lumayan cepat reaksinya, sakit yang saya alami mulai membaik. Untuk itu saya bertanya kepada teman saya tentang produk HNI ini dan saya berniat untuk berjualan dan bergabung menjadi agen HNI. Alasannya karena produk ini merupakan produk herbal dan mengutamakan pengobatan dengan cara yang sunnah/thibbun nabawi. Tujuan saya bergabung menjadi agen HNI yaitu mengajak orang untuk mengutamakan pengobatan dengan cara yang herbal dan sunnah, agar terhindar dari obat-obatan kimawi. Keuntungan bergabung menjadi agen HNI yaitu dapat menjaga kesehatan keluarga dengan cara yang aman dan halal, dan bisa menjadi dokter sendiri di rumah untuk keluarga, serta mendapatkan keuntungan dari penjualan produk. Untuk sistem penjualannya yaitu secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*), untuk secara langsung yaitu melalui dengan memperkenalkan produk di acara-acara perkumpulan seperti arisan, pertemuan ibu-ibu PKK serta pengajian. Dan sistem penjualan secara tidak langsung seperti WhatsApp.”³

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Siti Latifah selaku konsumen Agen HNI. Siti Latifah mengatakan:

“awal mula saya tertarik menggunakan produk HNI yaitu karena mendengar testimoni dari teman saya yang pernah mengkonsumsi produk HNI, dan saya sering membeli produk HNI karena banyak sekali manfaat yang saya dan keluarga rasakan. Salah satu produk yang saya beli yaitu Extrafood karena pada waktu itu saya sedang sakit demam dan batuk lagi menyusui karena ibu

³ Khoirul Bariyyah, Agen HNI, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

menyusui tidak boleh sembarangan minum obat di HNI itu alami bahannya, jadi aman untuk ibu menyusui dan ibu hamil.”⁴

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Mifi selaku konsumen Agen HNI. Ibu Mifi mengatakan:

“awal mula saya tertarik menggunakan produk HNI yaitu karena pada saat agen HNI menawarkan produk nya pada saat saya mengikuti kegiatan *Home Sharing* yang dilakukan dirumah agen HNI, dan saya sudah berkali-kali membeli produk HNI karena ada banyak manfaatnya yang saya rasakan terutama pada saat saya sakit demam dan batuk itu terasa sekali manfaatnya.”⁵

Pada kesempatan yang sama peneliti mewawancarai saudara Wildad selaku konsumen Agen HNI. Wildad mengatakan:

“awalnya saya menggunakan produk ini karena kaki saya keseleo yang habis jatuh di kamar mandi sehingga susah untuk jalan. Pada saat itu dirumah mengadakan acara arisan nah ibu Eri mengisi acara tersebut dengan kegiatan mempromosikan sekaligus menjelaskan produk-produk yang dijual. Akhirnya saya tertarik untuk membeli produk MHS (Minyak Herba Sinergi) untuk mencoba digunakan ke kaki saya dengan diurut setiap hari. Manfaatnya itu memang terasa hanya beberapa hari saja kaki saya mulai membaik dan bisa jalan seperti biasa.”⁶

Pada hari berikutnya peneliti mewawancarai ibu Iis selaku konsumen Agen HNI. Ibu Iis mengatakan:

“tertarik dengan produk HNI sebenarnya karena ingin membuktikan pembicaraan orang-orang yang sudah banyak merasakan efek baik setelah menggunakan produk ini. Setelah mencoba sendiri akhirnya saya benar-benar tertarik bahkan sulit untuk pindah ke produk yang lain. Selain itu yang membuat saya tertarik karena produk ini merupakan produk herbal. Dan saya membeli produk ini sudah tidak bisa terhitung, karena saya pribadi menggunakan produk ini sejak pertengahan bulan tahun 2021. Untuk produknya sangat banyak manfaatnya, salah satu contohnya ketika menggunakan salah satu produk yaitu Minyak Herba Sinergi (MHS) manfaatnya sangat luar biasa bagi anggota tubuh yang memerlukannya, seperti luka hanya butuh beberapa waktu langsung mengering.”⁷

⁴ Siti Latifah, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

⁵ Mifi, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

⁶ Wildad, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

⁷ Iis, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

Pada hari yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Matus selaku konsumen Agen HNI. Ibu Matus mengatakan:

“saya membeli produk ini awalnya karena tertarik yang telah dijelaskan oleh agen yang pada saat itu mengisi acara di arisan jadi saya langsung membeli produk nya yaitu ExtraFood, dan juga ingin mencoba apakah benar yang disampaikan itu benar atau tidak, ternyata memang benar terbukti manfaatnya. Yang saya rasakan manfaatnya itu tidak lama hanya beberapa hari saat menggunakan produk ExtraFood batuk saya membaik hanya minum 3 kali sehari secara rutin, meskipun tidak sakit produknya itu menjaga imun juga.”⁸

Dari hasil wawancara tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa awal mula konsumen tertarik menggunakan produk HNI karena mendapat testimoni dari salah satu temannya dan pada saat mengikuti kegiatan *Home Sharing* yang dilakukan dirumah agen HNI. Dan konsumen sering membeli produk HNI karena mempunyai banyak manfaat bagi diri sendiri dan juga keluarganya.

Dalam menjalankan suatu usaha bisnis diperlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat dalam mencapai target dan juga meningkatkan jumlah konsumen dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik harus dilakukan oleh agen. Agen harus memiliki strategi pemasaran supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya supaya terhindar dari ketidakpuasaan pelanggan, dan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk HNI memiliki kualitas yang baik, serta dapat bersaing dengan agen yang sejenis. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen yaitu sesuai dengan arahan dari pusat HNI yaitu PCA dan juga menggunakan strategi bauran pemasaran. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Ibu Eri mengenai strategi pemasaran yang dilakukan, ibu Eri mengatakan:

“strategi pemasaran yang saya lakukan yaitu menggunakan strategi PCA yaitu Pakai, Cerita, Ajak. Dimana PCA ini sudah menjadi arahan dari pusat HNI. Dimana PCA (Pakai, Cerita, Ajak) ini artinya jika kita tidak pakai terlebih dahulu produk tersebut susah

⁸ Matus, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

untuk cerita, jadi jika sudah pakai dan merasakan sendiri manfaatnya barulah akan dengan otomatis mudah cerita ke orang apalagi mengajak beli/gabung menjadi member. Dan pada saat acara kegiatan *home sharing* yang saya katakan tadi jika sudah selesai mengisi acara itu saya bagikan Kartu Tanda Pengenal, *background* nya produk HNI, isinya yaitu alamat, nomor Hp agar orang ingat jika cari produk bisa langsung menghubungi saya atau langsung kerumah. Strategi PCA ini saya lakukan juga pada saat kegiatan *home sharing*.⁹

Dalam memasarkan produk yang dilakukan oleh agen HNI selain menggunakan strategi pemasaran PCA, agen juga menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Ibu Eri mengenai strategi pemasaran yang dilakukan, ibu Eri mengatakan:

“Selain menggunakan strategi PCA, saya juga menggunakan strategi bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat (lokasi). Dimana dalam memasarkan atau memperkenalkan produk, saya selalu mencontohkan strategi yang digunakan Nabi Muhammad SAW. yaitu dengan jujur dalam memperkenalkan produk kepada konsumen mengenai produk HNI, dimana produk ini mempunyai kualitas yang sangat baik yaitu tidak mengandung bahan berbahaya seperti pengawet, pemanis buatan, dan bahan kimiawi lainnya, serta sudah terverifikasi halal oleh MUI dan juga BerBPOM, kedua untuk strategi harga yang saya terapkan sudah menyesuaikan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pusat HNI yaitu harga sesuai dengan katalog produk, dimana terdapat dua jenis harga yaitu harga agen dan harga konsumen. Harga agen merupakan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga konsumen, jika ingin bergabung menjadi member dengan biaya pendaftaran Rp. 10.000. Agen memberikan harga yang termurah dimana harga termurah tersebut yaitu harga agen (harga member). Dan juga harga yang terapkan dengan memberikan harga yang sewajarnya dengan tidak memberatkan orang yang ingin mengkonsumsi produk karena kekurangan ekonomi yang dimilikinya. Karena saya mempunyai prinsip untuk membantu orang lain tanpa mencari keuntungan yang lebih, dimana sesuai dengan yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW, ketiga untuk strategi promosi yang saya lakukan dengan menggunakan media promosi secara tidak langsung (*online*) dengan memanfaatkan sosial media seperti halnya *WhatsApp* dengan memposting produk-produk HNI misalnya dengan belanja 1 juta sebulan *free* produk Minyak Zaitun 1. Dan juga media promosi secara langsung (*offline*),

⁹ Khaiorul Bariyyah, Agen HNI, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

yaitu saya dapat melakukan kegiatan *home sharing* untuk membangun silaturahmi dengan orang-orang sekitar di tempat perkumpulan seperti di pengajian, arisan, dan juga perkumpulan ibu PKK dengan melakukan pembuktian produk dan melakukan testimoni agar konsumen percaya bahwa produk yang saya jual benar tidak mengandung bahan pengawet dan kimiawi. Dan yang terakhir yaitu strategi tempat yang saya lakukan dalam memasarkan produk yaitu dirumah saya sendiri karena saya menjual produk ini dari rumah. Rumah saya ini sangat strategis mudah dijangkau oleh konsumen yang ingin belanja produk HNI ini.”¹⁰

Dari hasil wawancara yang didapat bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen yaitu strategi PCA (Pakai, Cerita, Ajak). Sebelum menceritakan produknya agen memakai produknya terlebih dahulu karena jika tidak pakai terlebih dahulu produk tersebut maka akan susah untuk cerita. Jadi jika sudah pakai dan merasakan sendiri manfaatnya, maka agen akan dengan otomatis mudah menceritakan kepada orang dan mengajak untuk membeli dan bergabung menjadi member.

Agen HNI selain menggunakan strategi PCA, juga menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu pertama produk, dalam memperkenalkan produknya agen selalu mencontohkan Nabi Muhammad SAW dengan tidak mencela produk dari pedagang lain, jujur dalam menjelaskan kualitas produk seperti tidak mengandung bahan berbahaya seperti pengawet, pemanis buatan, dan bahan kimiawi lainnya, serta sudah terverifikasi halal oleh MUI dan juga BerBPOM. Kedua harga yang diterapkan sudah terdapat pada katalog produk dimana terdapat dua harga yaitu harga member dan harga konsumen. Ketiga strategi promosi yang dilakukan secara menggunakan media promosi secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*). Secara langsung agen HNI dalam mempromosikan produknya yaitu melakukan kegiatan *home sharing* dengan melakukan pembuktian produk dan melakukan testimoni agar konsumen percaya bahwa produk yang dijual benar tidak mengandung bahan pengawet dan kimiawi. Kegiatan *home sharing* dilakukan untuk membangun silaturahmi dengan orang-orang sekitar, karena dengan membangun silaturahmi merupakan

¹⁰ Khaiorul Bariyyah, Agen HNI, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

kunci keberhasilan dalam pemasaran. Keempat strategi tempat yang dilakukan agen dalam memasarkan produk nya yaitu dengan memasarkan dirumahnya di Desa Teja Timur, dimana lokasi ini sangat strategis dan mudah untuk dijangkau oleh para konsumen.

Adapun tanggapan dari konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI, yaitu strategi PCA dan strategi bauran pemasaran. Pada kesempatan yang sama peneliti mewawancarai ibu Siti Latifah selaku konsumen Agen HNI. Ibu Siti Latifah mengatakan:

“menurut saya strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh ibu Eri itu cukup baik dan menarik. Strategi produk dalam memperkenalkan produknya sangat bagus karena saya setelah mendengar penjelasan dari ibu Eri saya sangat yakin untuk menggunakan produk HNI yang mempunyai kualitas yang baik setelah mendapat testimoni dari teman saya. Untuk strategi harga yang diterapkan sangat baik dan sebanding dengan produk yang ditawarkan, karena bagi saya pribadi untuk harga tidak masalah bagi saya yang terpenting saya dan keluarga saya sembuh dan sehat setelah menggunakan produk HNI tersebut. Strategi promosinya cukup menarik bagi saya, serta untuk strategi tempat sangat mudah dijangkau bagi saya dan rumahnya itu dekat dengan rumah saya.”¹¹

Ibu Mifi juga memberikan tanggapan terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI. Ibu Mifi mengatakan:

“strategi yang dilakukan oleh agen HNI dengan menggunakan strategi PCA ini menurut saya menarik karena strategi PCA dilakukan oleh agen pada saat kegiatan *home sharing* yang saya ikuti di rumah agen. Dimana agen menjelaskan dengan memakai produknya lalu menceritakan hasilnya setelah memakai produk, lalu agen mengajak untuk memakai produk HNI dan tidak lupa mengajak bergabung menjadi member. Setelah saya mencengar penjelasan dari agen, saya tertari untuk membeli produknya dan mencobanya serta bergabung menjadi member karena banyak sekali keuntungannya, terbukti dari strategi PCA ini banyak orang yang ingin menggunakan produk dan bergabung menjadi member setelah mengetahui produk HNI ini.

¹¹ Siti Latifah, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

Pada kesempatan yang sama peneliti mewawancarai saudara Wildad tanggapannya terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI. Wildad mengatakan:

“strategi PCA ini menurut saya menarik karena pada saat itu dirumah mengadakan acara arisan. Setelah arisan selesai Ibu Eri mempromosikan produknya dengan menjelaskan produk-produk HNI dengan memakai produknya lalu menceritakan produk tersebut setelah memakainya. Dan ibu Eri mengajak orang-orang untuk berhijrah kepada produk HNI dan bergabung menjadi HNI. Setelah mendengar penjelasan dari ibu Eri saya tertarik untuk membeli produk MHS (Minyak Herba Sinergi) digunakan ke kaki saya yang keseleo, manfaatnya terasa beberapa hari. Terbukti saya menggunakan produk ini setelah mendengar penjelasan ibu Eri dari strategi PCA ini.”

Pada hari berikutnya peneliti menanyakan tanggapan ibu Iis selaku konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI. Ibu Iis mengatakan:

“menurut saya strategi produk yang dilakukan ibu Eri menurut saya baik karena apa yang dijelaskan terkait kualitas produk bahwa memang benar memiliki kualitas yang baik dengan menggunakan bahan-bahan herbal dan sudah BerBPOM, sudah terbukti manfaat yang saya rasakan. Kedua strategi harga sebanding dengan produk yang ditawarkannya karena terbukti dengan apa yang disebutkan di produk yang tertera di label dan juga yang telah disampaikan oleh agen. Untuk strategi promosi bagi saya cukup menarik, pernah ibu Eri mengadakan promosi di status *WhatsApp* dengan belanja 1 juta sebulan *free* produk Minyak Zaitun 1 saya tertarik untuk membelinya. Untuk strategi tempat bagi saya sangat strategis dan mudah dijangkau.”¹²

Pada hari yang sama peneliti mewawancarai tanggapan dari ibu Matus terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI. Ibu Matus mengatakan:

“strategi produk yang dilakukan oleh ibu Eri sangat bagus dalam memperkenalkan dan menjelaskan tentang kualitas dan manfaat dari produk HNI karena memang benar sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan bahwa produk HNI terbuat dari bahan herbal dan alami serta sudah terverifikasi halal oleh MUI juga BerBPOM, sudah terbukti manfaat yang saya rasakan. Untuk strategi harga

¹² Iis, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

sebanding bagi saya karena produk yang awal saya beli itu cukup murah dan sudah terbukti manfaat nya. Strategi promosi nya cukup menarik karena pada saat acara arisan itu ibu Eri melakukan testimoni produk pada pribadinya sendiri dan juga memberikan kebugkian produk bahwa produk HNI benar tidak mengandung bahan kimiawi seperti sabun detergen yang hanya direndam saja kotorannya langsung terangkat dan sisa airnya bisa menyuburkan tanaman. Untuk strategi tempat sangat terjangkau karena rumah saya hanya dibelakang rumahnya ibu Eri jadi saya ingi beli produknya itu langsung jalan kaki saja.”¹³

Dari hasil wawancara tanggapan konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat dua strategi yang dilakukan agen yaitu strategi PCA dan strategi bauran pemasaran. Menurut konsumen, strategi PCA yang dilakukan oleh agen Menarik karena apa yang sudah dijelaskan oleh agen terkait produk yang diceritakan sudah terbukti manfaatnya, dan sudah bergabung menjadi member setelah mendengar penjelasan terkait keuntungan untuk bergabung menjadi member. Jadi, sudah terbukti dengan strategi PCA ini banyak orang yang bergabung menjadi member dan memakai produk HNI hingga saat ini. Sedangkan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh agen, pertama strategi produk dalam memperkenalkan kualitas dan manfaat produk sangat bagus yang terbuat dari bahan herbal, sudah terverifikasi halal oleh MUI dan juga BerBPOM serta sudah terbukti manfaat yang dirasakan, kedua strategi harga yang diterapkan sebanding dengan yang ditawarkan karena sudah ada dikatalog produk yang ditentukan dari pusat HNI, jadi tidak khawatir harga yang ditawarkan memang benar dan tidak mengandung riba. Ketiga strategi promosi yang dilakukan cukup menarik dengan mengadakan potongan harga dan juga memberikan testimoni dengan membuktikan produknya memang benar tidak mengandung bahan kimiawi. Yang keempat strategi tempat atau lokasi, untuk lokasi rumah agen sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Diperkuat dari hasil observasi peneliti lakukan bahwasanya agen HNI dalam malakukan kegiatan pemasarannya dilakukan dengan baik

¹³ Matus, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

dengan memasarkan produk yang halal, kualitas manfaatnya terbukti kepada konsumen. Dan penetapan harga sudah ada dikatalog produk yang ditentukan oleh perusahaan HNI sehingga harga yang diberi tidak perlu ditawarkan lagi. Promosi yang dilakukan sudah baik dengan cara langsung dan tidak langsung, secara langsung dengan mengadakan kegiatan *home sharing* yang dilakukan sudah baik sehingga banyak yang ingin menggunakan dan membeli produk HNI setelah mendengar penjelasan dari agen. Sedangkan secara tidak langsung yaitu dengan melalui aplikasi *WhatsApp*. Dan tempat atau lokasi rumah agen sangat strategis dan mudah dijangkau.

2. Strategi Agen HNI (*Halal Network International*) dalam Memasarkan Produk Di Desa Teja Timur Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan tentu saja agen tidak luput dari tinjauan perspektif ekonomi Islam, bagaimana berbisnis yang benar dan baik sesuai syariat Islam. Pemasaran dan penjualan secara Islami memiliki posisi yang sangat strategis karena pemasaran Islam merupakan salah satu sistem pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Pemasaran Islam merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip Islam muamalah (bisnis) dalam Islam.

Dalam Islam ketika melakukan kegiatan pemasaran harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dan harus mengikuti ajaran Nabi Muhammad SAW dalam melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas yang harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT. Dan dalam melakukan kegiatan pemasaran, diperlukan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan syariah Islam. Agen menerapkan strategi pemasaran Islami yang dapat dideskripsikan sebagaimana penjelasan agen HNI. Ibu Eri menuturkan:

“Dengan saya menjual produk ini sudah terbukti banyak memberikan manfaat kepada warga di Desa Teja Timur dengan mengkonsumsi produk HNI ini. Selain memberikan manfaat juga

produk HNI sudah terverifikasi halal serta sudah BerBPOM. Saya tidak lupa untuk selalu ingat kepada Allah SWT bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya pasti menggunakan strategi pemasaran, tetapi harus di ingat peraturan Allah SWT tidak boleh diabaikan yaitu menjauhi larangannya. Karena semua gerak-gerik dalam melakukan kegiatan pemasarannya diawasi oleh sebab Allah SWT oleh karena itu harus berperilaku sebaik mungkin dan tidak lupa pula yang saya katakan tadi yaitu harus menjauhi larangannya seperti halnya tidak menipu kepada konsumen, saya mengadakan promosi di *story WhatsApp* misalnya belanja 1 juta sebulan *free* produk Minyak Zaitun 1 dan melakukan pembuktian produk dan melakukan testimoni agar konsumen percaya bahwa produk yang saya jual benar tidak mengandung bahawan pengawet dan kimiawi serta konsumen yang datang dan membeli itu tidak merasa ketipu dan kecewa. Bagi saya pribadi hendaknya selalu menanamkan nilai-nilai akhlak karmiah seperti saat saya menawarkan menceritakan tentang kualitas produk HNI harus menjaga setiap tutur kata yang baik dan sopan serta bersikap ramah kepada konsumen. Dengan melayani konsumen secara profesional tidak lupa mengedepankan nilai-nilai religius, serta berpenampilan yang bersih, rapi sesuai syari'at Islam, dan juga selalu senyum dengan konsumen apapun kondisinya. Karena menurut saya penampilan itu penting jika kita berpenampilan yang tidak rapi dan tidak sesuai syari'at Islam pasti orang-orang yang melihatnya mikir dua kali untuk mencoba dan membeli produk ini. Kan tidak mungkin kita jualan produk yang sesuai syariah Islam penampilan kita ketika melakukan promosi tidak menutup aurat. Maka dari itu menurut saya penampilan itu penting untuk melakukan kegiatan pemasaran apalagi saat mengadakan kegiatan *home sharing*. Dan juga saya tidak memandang konsumen itu dari orang yang mampu atau tidak, karena prinsip saya berjualan ini agar orang-orang yang membeli produk ini yang sakit diberikan kesembuhan, saya tidak khawatir dengan orang yang membeli produk saya tidak bayar dulu yang terpenting orang tersebut sehat dulu.”¹⁴

Dari hasil wawancara yang didapat bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen sudah sesuai dengan prinsip syariah dengan menerapkan karakteristik pemasaran syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*) dengan menjauhi larangan Allah SWT seperti tidak melakukan penipuan karena semua perilaku kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT. Kedua etis (*akhlaqiyyah*) dengan menjaga setiap tutur kata yang baik dan sopan serta bersikap ramah kepada konsumen ketika menjelaskan atau menawarkan produk. Ketiga realistik (*al-waqi'yyah*) dengan melayani

¹⁴ Khaiorul Bariyyah, Agen HNI, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

konsumen secara profesional tidak lupa mengedepankan nilai-nilai religius, serta berpenampilan yang bersih, rapi sesuai syari'at Islam, dan juga selalu senyum dengan konsumen apapun kondisinya. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*) dimana agen mempunyai prinsip ukhuwah inasiyah (perdaudaraan antar manusia) dengan tidak memandang konsumen baru dengan yang lama, dan tidak memandang dari statusnya, serta memiliki sifat berperikemanusiaan dengan meringankan konsumennya yang ingin membeli produk tersebut.

Adapun tanggapan dari konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI, yaitu strategi pemasaran Islami dengan menerapkan karakteristik pemasaran Islam yang terdiri dari teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistis (*al-waqi'yyah*), dan humanistis (*al-insaniyyah*). Peneiti mewawancarai ibu Siti Latifah selaku konsumen Agen HNI. Ibu Siti Latifah mengatakan:

“menurut saya ibu Eri dalam melakukan kegiatan pemasaran juga ketika menawarkan produknya itu tidak melakukan penipuan, karena sudah banyak terbukti orang membeli produk HNI sehingga saya yakin bahwa agen HNI tidak melakukan penipuan. Dan menceritakan tentang produknya itu sangat sopan dan menggunakan bahasa yang baik. Juga penampilannya yang pasti berpakaian syar'i sesuai syari'at Islam dan berpakaian rapi juga bersih untuk menarik konsumen dan membeli produk, apalagi agen HNI menjual produk-produk yang dibawah syariat Islam. Ibu Eri dalam melayani itu menurut saya sangat memuaskan karena pada saat saya kerumahnya itu selalu ramah dan terbuka sekali kepada orang yang baru kenal, intinya pelayanannya itu sangat memuaskan bagi saya.”¹⁵

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Mifi selaku konsumen Agen HNI. Ibu Mifi mengatakan:

“menurut saya agen HNI pada saat melakukan kegiatan pemasaran dan juga menawarkan produknya itu tidak melakukan penipuan jujur dalam menceritakan produknya tanpa melebih-lebihkan manfaat dan kualitas produknya karena memang sudah tertera didalam lebel dari masing-masing produk tersebut, juga penampilannya sudah sesuai dengan syariat Islam. Untuk pelayanan

¹⁵ Siti Latifah, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

baik, dan tidak membandingkan konsumen yang lama atau yang baru.”¹⁶

Pada kesempatan yang sama peneliti juga mewawancarai saudara Wildad selaku konsumen Agen HNI. Adapun tanggapan dari saudara Wildad yaitu:

“menurut saya tidak ada penipuan yang dilakukan ibu Eri karena apa yang dijelaskan terkait kualitas produknya memang nyata manfaatnya dan terasa. Sampai saat ini jika produk dirumah habis saya selalu membeli dan menyetok untuk keperluan saya dan juga orang tua saya. Ibu Eri dalam menceritakan produknya dengan menggunakan tutur kata yang sopan dan baik juga menceritakannya itu sesuai dengan apa yang dirasakannya juga sesuai dengan testimoni yang ada, cara berpenampilannya bernampilannya rapi, bersih, dan juga menutup aurat berpakaian syar’i sesuai syari’at Islam. Untuk pelayanannya baik karena selalu sigap melayani pembeli yang sedang kesusahan untuk membeli produk, dan ibu Eri tidak memandang konsumen dari statusnya, seperti saya pernah membeli produknya tapi lupa membawa uang, jadi ibu Eri menyuruh saya membawanya bayarnya nanti.”¹⁷

Pada hari berikutnya peneliti mewawancarai ibu Iis selaku konsumen Agen HNI. Adapun tanggapan dari ibu Iis yaitu:

“untuk selama ini saya rasa tidak melakukan penipuan, karena sudah terbukti pada saat saya melihat di *story WhatsApp* nya itu sedang ada promosi dengan belanja 1 juta sebulan *free* produk Minyak Zaitun 1. saya awalnya tidak percaya dan masih mikir dua kali untuk membeli, akhirnya keesokannya saya datang dan menanyakan terkait promosi yang ada *story WhatsApp* nya itu. Hasilnya benar memang ada promosi saya langsung membelinya untuk adik saya yang pada saat itu sedang sakit, dalam menjelaskan produknya yang pasti sopan bahasanya dan jujur memberikan penjelasan yang sangat jelas terkait produknya meskipun suda ada label yang tertera di produk. Untuk penampilannya sesuai dengan syariat Islam, meskipun ibu Eri berada di dalam rumah untuk menjual produknya dia menutup aurat dan berpakaian rapi juga bersih. Juga pelayanannya sangat baik dengan memberikan pelayanan yang baik tidak memandang konsumen mana yang baru

¹⁶ Mifi, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

¹⁷ Wildad, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (19 Februari 2022).

dengan yang lama, meskipun saya konsumen baru, tetapi ibu Eri melayani saya dengan baik.”¹⁸

Pada hari yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Matus selaku konsumen Agen HNI. Ibu Matus mengatakan:

“menurut saya tidak ada penipuan selama saya membeli produk di HNI, karena apa yang dijelaskan oleh ibu Eri itu memang beneran nyata manfaatnya itu terasa. Meskipun banyak orang lain yang menawarkan produk kesehatan seperti kalung kesehatan, gelang kesehatan dan semacamnya saya tidak tertarik juga lumayan mahal harganya. Dan ketika menceritakan produknya itu sangat baik dan tutur kata yang sopan dan juga cara menyampaikannya sudah sangat baik. Untuk penampilannya rapi, bersih dan menutup aurat meskipun di dalam rumah tetap sesuai syari’at Islam dengan berpakaian syar’i. Untuk pelayanan menurut saya bagus, tidak memandang konsumen yang baru lama meskipun saya konsumen baru tetapi dia melayani dengan baik dan tulus dengan kondisi saya yang tua ini.”¹⁹

Dari hasil wawancara tanggapan konsumen terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI dapat diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen sudah sesuai dengan prinsip syariah dengan menerapkan karakteristik pemasaran syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*), agen tidak melakukan penipuan karena semua kegiatan pemasaran selalu diawasi oleh Allah SWT serta sudah ada bukti yang disampaikan oleh agen HNI bahwa tidak mengada-ngada terkait kualitas serta manfaat produknya. Kedua etis (*akhlaqiyyah*), yaitu agen dalam menjelaskan produknya bersikap ramah dan jujur. Ketiga realistis (*al-waqi’yyah*), agen HNI dalam berpenampilannya sesuai dengan syariat Islam, berpakaian rapi, dan juga bersih. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*), agen kepada konsumen tidak memandang dari konsumen yang lama dengan yang baru juga dari status nya.

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian mendeskripsikan sesuai dengan yang diperoleh di lapangan,

¹⁸ Iis, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

¹⁹ Matus, Konsumen, *Wawancara Langsung*, (20 Februari 2022).

sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang bisa dilaporkan dalam bentuk tulisan sebagaimana yang dipaparkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI menggunakan strategi unik yaitu PCA (Pakai, Cerita, Ajak) yang dilakukan dengan cara sosialisasi kepada masyarakat Desa Teja Timur dalam memperkenalkan produk HNI.
2. Selanjutnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu pertama Produk, produk yang dijual memiliki kualitas yang sangat baik serta sudah terverifikasi halal oleh MUI dan juga BerBPOM. Kedua Harga, penerapan harga yang dilakukan oleh HNI sudah menyesuaikan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pusat HNI yang sesuai dengan katalog produk. Terdapat dua jenis harga yaitu harga agen (member) dan konsumen Ketiga Lokasi, lokasi pemasarannya yaitu di rumah agen di Desa Teja Timur. Keempat Promosi, promosi yang dilakukan yaitu secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*).
3. Selanjutnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen sesuai dengan strategi pemasaran syariah, yaitu teistis (*rabbaniyah*), penerapan yang dilakukan agen dengan tidak melakukan penipuan karena semua perilaku kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT. Kedua etis (*akhlaqiyyah*), penerapan yang dilakukan dengan mengutamakan sopan santun, bersikap ramah serta akhlak yang baik. Ketiga realistis (*al-waqi'yyah*) penerapan yang dilakukan dengan berpakaian bersih, rapi, dan menutup aurat berdasarkan dengan syariat Islam. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*) penerapan yang dilakukan oleh agen dengan tidak memandang konsumen yang baru dengan yang lama dan dari status nya, serta memiliki sifat berperikemanusiaan dengan prinsip ukhuwah insaniyah (persaudaraan antar manusia).

D. Pembahasan

1. **Strategi Agen HNI (*Halal Network International*) dalam Memasarkan Produk Di Desa Teja Timur Kabupaten Pamekasan**

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran mengandung keputusan dasar tentang pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran.²⁰ Jadi, strategi pemasaran yaitu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar yang ditargetkan. Terdapat empat strategi bauran pemasaran yaitu pertama *product* (produk). Produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang kualitas produk.²¹ Kedua *price* (harga). Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.²² Ketiga *promotion* (promosi). Promosi yaitu sebagai sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merk yang mereka jual dengan harapan mereka membeli produk tersebut.²³ Dengan mempromosikan sesuai kualitas produk yang ditawarkan. Tujuannya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen karena sebaik apapun manfaat dari jasa yang ditawarkan jika konsumen tidak mengenal produk tersebut, konsumen tentu tidak akan melakukan pembelian.²⁴ Keempat *place* (lokasi), tempat dapat diartikan sebagai pemilihan tempat atau lokasi usaha. Perencanaan pemilihan lokasi yang baik, tidak hanya bedasar pada istilah strategis, dalam artian memandang

²⁰ Widarto Racbini, *Penerapan metoda Analytical hierarchy proses pada strategi pemasaran produk*, 17.

²¹ Agustina Shinta, *manajemen pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 76.

²² Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku ajar manajemen pemasaran Islam*, 115.

²³ Hamdi Agustin, *studi kelayakan bisnis syariah*, 100.

²⁴ Fauzana, *manajemen pemasaran syariah sebuah pengantar*, 49.

pada jauh dekatnya pada pusat atau mudah tidaknya akomodasi menuju tempat tersebut.²⁵

Dalam memasarkan produk, agen HNI menggunakan strategi PCA (Pakai, Cerita, Ajak) merupakan strategi yang disesuaikan dari pusat HNI. Selanjutnya agen HNI juga menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu produk, produk yang dijual memiliki kualitas dan manfaat yang baik bagi kesehatan yang terbuat dari bahan-bahan herbal serta sudah terverifikasi halal oleh MUI dan juga BerBPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Kedua harga, terdapat dua pembagian harga, yaitu harga agen (harga member) dan harga konsumen. Harga agen jauh lebih murah dibandingkan dengan harga konsumen. Ketiga promosi, promosi yang dilakukan oleh agen HNI yaitu dengan cara langsung (*offline*) yaitu dengan kegiatan *home sharing* di area pengumpulan seperti pengajian, arisan, dan ibu-ibu PKK. Dan secara tidak langsung (*online*), memanfaatkan media sosial *WhatsApp*. Keempat *place* (lokasi), menjual dari rumah nya yaitu yang bertempat di Desa Teja Timur dengan lokasi rumah yang strategis dan mudah dijangkau.

Menurut peneliti strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen sangat baik, karena agen HNI menggunakan strategi PCA, dimana strategi PCA ini memudahkan agen dalam menjelaskan terkait produk sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan produk dan bergabung menjadi member. Agen juga menggunakan strategi bauran pemasaran, yaitu produk yang dipasarkan memiliki kualitas baik yang terbuat dari bahan herbal tanpa adanya bahan pengawet. Kedua untuk strategi harga yang diterapkan sangat baik dan sebanding karena harga yang diterapkan sudah sesuai dengan katalog produk. Untuk promosi sangat baik karena kegiatan *home sharing* dapat mempermudah orang untuk mengenal produk HNI dan juga media sosial yang digunakan dapat mengetahui promosi yang diadakan oleh agen. Keempat tempat atau lokasi agen sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

²⁵ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*, 53.

2. Strategi Agen HNI (*Halal Network International*) dalam Memasarkan Produk Di Desa Teja Timur Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula pemasaran Islam (*syariah marketing*) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu insiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.²⁶ Dalam menjalankan bisnis usaha. Bagi seorang pemasar Islami dalam menjalankan sebuah usaha tentunya mempunyai strategi pemasaran *syariah* harus sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yaitu karakteristik pemasaran *syariah*. Ada empat karakteristik pemasaran syariah menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula yaitu;²⁷ yang pertama teistis (*rabbaniyah*) menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang di pandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Teistis (*rabbaniyah*) yaitu satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah swt. Oleh sebab itu, seorang pemasar harus berhati-hati dalam melakukan kegiatan pemasaran karena selalu diawasi oleh Allah SWT. Seperti tidak melakukan penipuan, menghindari segala yang haram, tidak ingkar janji dan tidak melakukan *riswah* (suap), bahkan sumpah palsu.²⁸ Kedua etis (*akhlaqiyah*). Etis (*akhlaqiyah*) yaitu dengan mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya seperti berbicara baik (jujur menceritakan kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkannya) kepada konsumen, bersikap ramah, dapat mendengar

²⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 26

²⁷ Ibid., 28-38

²⁸ Jimmy Novrianto Sharma, "Analisis Implementasi Karakteristik Syariah Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Meningkatkan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang", 18.

dengan baik (mampu menghargai pendapat orang lain), dan dapat melayani dengan tulus. Ketiga realistis (*al-waqi'yyah*). Realistis (*al-waqi'yyah*) yaitu seorang pemasar harus berpenampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun modelnya atau gaya berpakaian yang dikenakannya dalam segala aktivitas pemasarannya. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*). Humanistis (*al-insaniyyah*) berarti diciptakan untuk manusia tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status dalam segala kegiatan pemasarannya. Hal tersebut dapat dikatakan prinsip ukhuwah insaniyah (persaudaraan antar manusia).²⁹

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen HNI menggunakan prinsip syariah dengan menerapkan empat karakteristik pemasaran syariah, yaitu teistis (*rabbaniyah*), penerapan yang dilakukan agen dengan tidak melakukan penipuan menghindari segala yang haram, tidak ingkar janji dan tidak melakukan *riswah* (suap), serta melakukan sumpah palsu karena semua perilaku kegiatannya selalu diawasi oleh Allah SWT. Kedua pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan oleh agen telah menerapkan etis (*akhlaqiyah*) dengan mengutamakan sopan dan santun serta akhlak yang baik dalam melayani para konsumen. Ketiga realistis (*al-waqi'yyah*). dalam melakukan kegiatan pemasaran, agen menerapkan realistis (*al-waqi'yyah*) yaitu dengan berpakaian bersih, rapi, dan menutup aurat apapun model atau gaya pakaian yang dikenakan tetap mementingkan nilai-nilai religius yang berdasarkan dengan syariat Islam. Keempat humanistis (*al-insaniyyah*). Dalam melakukan kegiatan pemasaran, agen menerapkan humanistis (*al-insaniyyah*) yaitu dengan tidak memandang konsumen baru dengan yang lama serta tidak memandang dari statusnya dengan meringankan konsumen yang ingin membeli produk. Karena agen mempunyai prinsip ukhuwah insaniyah (persaudaraan antar manusia).

Strategi yang diterapkan oleh agen HNI sudah sesuai dengan prinsip Islam dalam memasarkan atau menawarkan produk kepada pembeli yaitu dengan tidak melakukan penipuan juga dengan pelayanan yang ramah, sopan, dan santun serta berpenampilan yang sesuai syariat Islam. Serta agen

²⁹ Ibid., 18.

tidak memandang konsumen lama dengan yang baru dan juga dari status konsumen. Sehingga konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam membeli. Terbukti mendapatkan keuntungan penjualan yang diperoleh, dan terbukti banyak yang menggunakan produk HNI yang memiliki manfaat dan khasiat yang dirasakannya.