

**ANALISIS PEMBERDAYAAN SUMBERDAYA MANUSIA
(MEMBER) DALAM MENINGKAN PENGEMBANGAN KARIR
(Studi Kasus di PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)**

TESIS

**Oleh
Nur Fadhilah Sadly
NIM 3004173002**



**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis yang berjudul

**ANALISIS PEMBERDAYAAN SUMBERDAYA MANUSIA (MEMBER)
DALAM MENINGKATKAN PENGEMBANGAN KARIR
(Studi Kasus Di PT.HNI-HPAI Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)**

Di susun Oleh:

Nur Fadhilah Sadly
Nim : 3004173002

Disetujui Dan Disahkan Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)
Program Studi Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan, Maret 2021

Pembimbing I


Dr. Nurasih, MA
NIP. 19681123 199403 2 002

Pembimbing II


Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, S.HI, MA
NIP. 19790701 200912 2 003

PERSETUJUAN

Tesis yang berjudul

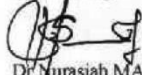
**ANALISIS PEMBERDAYAAN SUMBERDAYA MANUSIA (MEMBER)
DALAM MENINGKATKAN PENGEMBANGAN KARIR
(Studi Kasus Di PT.HNI-HPAI Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)**

Di susun Oleh:

Nur Fadhilah Sadly
Nim : 3004173002

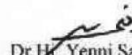
Disetujui Dan Disahkan Sebagai Persyaratan Mengikuti Sidang Munaqasyah Tesis
Guna Memperoleh Gelar Magister (S2) Program Studi Ekonomi Syariah Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Pembimbing I



Dr. Nurashah MA
NIP. 19681123 199403 2 002

Pembimbing II



Dr. H. Yenni Samri Juliati Nst, S.HL MA
NIP. 19790701 200912 2 003

Dosen penguji I



Dr. Sri sudiana MA
NIP. 19591112 199003 2 002

Dosen Penguji II



Dr. Marlyan MA
NIP. 19760126200312 2 003

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara



Yustizal, SE, M.Si
NIP 19750522 200901 1 006

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur fadhilah Sadly
Nim : 3004173002
Tempat/tgl. Lahir : Medan, 09 Juni 1990
Pekerjaan : Mahasiswa Pascasarjana UIN-SU Medan
Alamat : Jln. Garu III Gg.3 N o 27A Harjosari I Medan
Amplas

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**Analisis Menejemen ANALISIS PEMBERDAYAAN SUMBERDAYA MANUSIA (MEMBER) DALAM MENINGKAN PENGEMBANGAN KARIR (Studi Kasus di PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 2021

Yang membuat pernyataan



Nur fadhilah Sadly

ABSTRAK

Analisis Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (*Member*) Dalam Meningkatkan Pengembangan Karir (Studi Kasus Di PT HNI-HPAI BISNIS CENTER 9 MEDAN Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1).

Nur Fadhilah Sadly, 3004173002.

Pemberdayaan digunakan sebagai upaya untuk memperkuat kapabilitas dan komitmen dari *member*, agar bisa berkembang lebih efektif, sehingga dapat menciptakan kepuasan kerja yang dapat berdampak meningkatnya karir. Pemberdayaan dilakukan untuk meningkatkan karir *member*. pemberdayaan merupakan upaya mendorong *member* untuk mengembangkan kemandirian dan tanggung jawab. Pemimpin (*leader*) bertujuan untuk membentuk kemandirian sehingga bisa menciptakan *member-member* yang aktif dan dapat meningkatkan karir yang diharapkan. Banyaknya jumlah *member* pasif menegaskan bahwa terjadi masalah dalam pemberdayaan sumberdaya (*member*) di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan Kelurahan Sudirejo 1. Hal tersebut yang melatar belakangi masalah dalam penelitian ini. Untuk itu dibutuhkan strategi agar *member* dapat meningkatkan karir. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisis dan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan melakukan Strategi dalam meningkatkan pemberdayaan para anggotanya yaitu dengan cara 1.membangkitkan tingkat kesadaran 2.motivasi, 3.fasilitas atau sarana untuk menambah *edukasi* yang dimiliki oleh para anggota, dan 4.membentuk rasa gotong- royong atau kerja sama yang baik antara para anggota dengan *upline*-nya. Hasil analisis SWOT menunjukkan posisi titik koordinat pada pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah (3.10 : 3.05). Data tersebut menjelaskan bahwa anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menduduki posisi pertumbuhan *growth* yang artinya dapat dijelaskan bahwa *member* berada di situasi yang menguntungkan. Karena *member* memiliki kesempatan yang sangat besar untuk berkembang. Hal ini menjadi kekuatan yang sangat baik untuk dimanfaatkan dalam pengembangan karir dalam bisnis ini.

Kata Kunci: Pemberdayaan, sumberdaya manusia, multilevel marketing.

ABSTRACT

Analysis of Human Resource Empowerment (Member) in Improving Career Development (Case Study at PT HNI-HPAI BISNIS CENTER 9 MEDAN Bussine Center (BC9) Sudirejo Village 1).

Nur Fadhilah Sadly, 3004173002.

Empowerment is used as an effort to strengthen the capabilities and commitment of members, so that they can develop more effectively, so as to create job satisfaction that can have an impact on career advancement. Empowerment is carried out to improve member careers. empowerment is an effort to encourage members to develop independence and responsibility. The leader (leader) aims to establish independence so that they can create active members and can enhance the desired career. The large number of passive members confirms that there is a problem in empowering resources (members) at PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan Sub-District Sudirejo 1. This is the background of the problem in this study. for that we need a strategy so that members can advance careers. This study uses a SWOT analysis as a tool for analyzing and a qualitative approach as a research method. From the research results indicate that PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan carries out a strategy to increase the empowerment of its members, namely by 1. raising a level of awareness 2.motivation, 3.facilities or means to increase education owned by members, and 4. form a sense of mutual cooperation or work. the same is good between the members and the upline. The results of the SWOT analysis show the position of the coordinate point in the empowerment and management of human resources (members) of PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan is (3.10: 3.05). The data explains that the members of PT. HNI-HPAI Business Center 9 Medan occupies a growth position, which means it can be explained that members are in a favorable situation. Because the members have a very big opportunity to develop. This is a very good strength to take advantage of in career development in this business.

Keywords: Empowerment, human resources, multilevel marketing

نبذة مختصرة

تحليل تمكين الموارد البشرية (عضو) في تحسين التطور الوظيفي (دراسة حالة في
PT HNI-HPAI BISNIS CENTER 9 MEDAN Bussines Centre (BC9) Sudirejo Village 1)

نور فضيلة للأسف، 3004173002

يستخدم التمكين كجهد لتقوية قدرات الأعضاء والتزامهم ، حتى يتمكنوا من التطور بشكل أكثر فعالية ، وذلك لخلق الرضا الوظيفي الذي يمكن أن يكون له تأثير على التقدم الوظيفي. يتم التمكين لتحسين وظائف الأعضاء. التمكين هو محاولة لتشجيع الأعضاء على تطوير الاستقلال والمسؤولية. يهدف القائد (القائد) إلى تأسيس الاستقلال حتى يتمكنوا من إنشاء أعضاء نشطين ويمكنهم تعزيز المهنة المطلوبة. يؤكد العدد الكبير من الأعضاء السلبيين أن هناك مشكلة في هذه PT. HNI-HPAI Bussines Centre 9 Medan Sub-District Sudirejo 1 (الأعضاء) في هي خلفية المشكلة في هذه الدراسة. لذلك نحن بحاجة إلى استراتيجية حتى يتمكن الأعضاء من التقدم في حياتهم كأداة للتحليل ونهج نوعي كأسلوب بحث. من نتائج البحث تشير إلى أن SWOT المهنية. تستخدم هذه الدراسة تحليل ينفذ مركز ميدان إستراتيجية لزيادة تمكين أعضائه ، أي من خلال 1. رفع PT. HNI-HPAI Bussines Centre 9 مستوى الوعي 2. التحفيز ، 3. التسهيلات أو الوسائل لزيادة التعليم الذي يمتلكه الأعضاء ، و 4. تكوين الحس من موقف نقطة التنسيق SWOT. تظهر نتائج تحليل upline التعاون أو العمل المتبادل. نفس الشيء جيد بين الأعضاء و ميدان (3.10: 3.05). توضح PT. HNI-HPAI Bussines Centre 9 في تمكين وإدارة الموارد البشرية (أعضاء) ميدان يحتل موقع نمو ، مما يعني أنه يمكن توضيح أن 9 HNI-HPAI البيانات أن أعضاء حزب العمال. مركز أعمال الأعضاء في وضع ملائم. لأن الأعضاء لديهم فرصة كبيرة جدًا للتطور. هذه قوة جيدة للغاية للاستفادة منها في التطوير الوظيفي في هذا العمل.

الكلمات المفتاحية: التمكين ، الموارد البشرية ، التسويق متعدد المستويات

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang memberikan petunjuk kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tesis berjudul “*Analisis Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (Member) Dalam Meningkatkan Pengembangan Karir (Studi Kasus Di PT HNI-HPAI BISNIS CENTER 9 MEDAN Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)*”. Serta Shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara sekaligus tim penguji Tesis ini.
3. Ibu Maryam Batubara, MA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dan Bapak Yusrizal, SE, M. Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Nurasih, MA selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati, MA selaku pembimbing II yang selalu memberikan luang waktunya, saran serta motivasi bagi saya untuk menyempurnakan Tesis ini
5. Kedua orang tua saya Effendi Sadly, SE.,MA dan Drs.Lisdrisni,SE.,MA adik-adik Fahmi Sadly, Imam Sadly, Akbar Sadly,yang telah mengasuh, membesarkan, mendidik dan memberi kasih sayang dan cinta yang tiada ternilai, serta doa dan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Anak-Anak Penulis yang sholeha dan sholeh, Dzakira Arifah Sadly dan Wan Muhammad Faqih Arif Sadly yang tersayang yang tidak henti-hentinya

memberikan dukungan, semangat, motivasi dan doa, moral maupun materiil kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan teisi ini.

7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. HERBAL PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) Cabang 9 Medan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Pascasarjana UINSU yang telah banyak memberikan pendidikan dan pengajarannya Kepada penulis
9. Kepada rekan-rekan S2 Ekonomi Islam angkatan 2018 khususnya kelas reguler yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang setia menemani, membantu dan memberikan saran dalam penyelesaian tesis ini.
10. Kepada orang istimewa Dwi Prastyo dan seluruh sahabat-sahabatku yang sudah banyak memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian tesis ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi isi, tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk kesempurnaan tesis ini. Dan semoga isi tesis ini bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca dan dunia pendidikan.

Medan, 31 Meret 2021

Peneliti

Nur fadhilah sadly

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es(dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Voka bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	damamah	U	U
—			

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يـَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وـَ	fathah dan waw	Au	a dan i

Contoh:

- kataba: كتب
- fa‘‘ala: فعل
- kaifa: كي

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قال
 ramā : مار
 qīla : قيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk *ta marbūtah* ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup *ta marbūtah* yang hidup atau mendapat *harkat fathah*, *kasrah* dan «*ammah*, transliterasinya (t).
- 2) *Ta marbūtah* mati *Ta marbūtah* yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh:

- raudah al-aṭfāl - raudatul aṭfāl : ل روضة الاطفال

- al-Madīnah al-munawwarah : المنورة المدينة
- ṭalḥah : طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata 12 sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu : الرجل
- as-sayyidatu : السيدة
- asy-syamsu : الشمس
- al-qalamu : القلم
- al-jalalu : الجلال

g. Hamzah

dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna : خذون تأ
- an-nau' : النوء
- syai'un : شىء
- inna : إن
- umirtu : امرت
- akala : أكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mā muhammadūn illa rasūl
- Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lallaẓi bi bakkata mubārakan;
- Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihi al-Qur‘ānu;
- Syahru Ramaḍānal-laẓi unzila fihil-Qur‘ānu;
- Wa laqad ra‘āhu bil ufuq al-mubin;
- Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn;

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrun minallāhi wa faṭḥun qarib;
- Lillāhi al-amru jami‘an;
- Lillāhil-amru jami‘an;
- Wallāhu bikulli syai‘in ‘ālim;

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN	i
SURAT PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
A. Pemberdayaan	9
1. Konsep Pemberdayaan.....	10
2. Strategi Pemberdayaan	11
3. Bentuk-Bentuk Pemberdayaan	13
4. Langkah-langkah pemberdayaan	15
5. Tujuan pemberdayaan <i>Member</i>	17
6. Indikator Pemberdayaan	19
B. Sumberdaya Manusia (<i>Member</i>).....	20
C. Manajemen Pemberdayaan Sumberdaya Manusia	22
1. Tahapan Pemberdayaan	23
2. Tahapan Pemberdayaan Sumberdaya Manusia	24
D. Karir.....	27
1. Pengertian karir.....	27

2. Pengembangan Karir	28
3. Tahap-Tahap Pengembangan Karir	30
4. Bentuk-Bentuk Pengembangan Karir	31
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Karir	31
6. Tujuan Pengembangan Karir	33
E. Multi Level Marketing	34
F. Penelitian Terdahulu	35
G. Kerangka Berfikir	44
BAB III METOLOGI PENELITIAN	46
A. Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Responden Penelitian.....	47
D. Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Penjamin Keabsahan Data	49
G. Defenisi Operasional.....	49
H. Teknik Analisis Data	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Perusahaan.....	58
1. Sejarah Perusahaan	58
B. Hasil Penelitian	65
1. Strategi Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (<i>Member</i>) yang Dilakukan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.....	70
2. Kendala yang Dihadapi Dalam Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (<i>Member</i>) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan ..	80
3. Analisis SWOT	81
C. Pembahasan	95
BAB VI PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	

Daftar Tabel

No.	Tabel	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	49
3.2	Pilihan Strategi Dalam Analisis Swot.....	55
3.3	Matriks Analisis SWOT.....	56
4.1	Jenis Kelamin Anggota (<i>Member</i>) PT.HNI-HPAI BC 9 Medan	56
4.2	Umur Anggota (<i>Member</i>) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan .	67
4.3	Tingkat Pendidikan Anggota (<i>Member</i>) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan	68
4.4	Masa Kerja Anggota (<i>Member</i>) PT. HNI-HPAI Cabang Medan 9.....	69
4.5	Sitem Pemberian Bonus Berdasarkan Pangkat	78
4.6	Analisis SWOT pada <i>Member</i> PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.....	82
4.7	Faktor Lingkungan Internal.....	84
4.8	Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	84
4.9	Faktor Lingkungan Eksternal	86
4.10	Matrik EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	87
4.11	Matriks SWOT	91

Daftar Gambar

No.	Gambar	Halaman
2.1	Tahapan Pemberdayaan	24
2.2	Pengembangan Karir Organisasional	29
2.3	Kerangka Pemikiran	45
3.1	Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT	53
4.1	Struktur Organisasi PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan	65
4.2	Diagram Cartesius Analisis Swot Anggota (<i>member</i>) PT HNI-PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan	88
4.3	Diagram Model untuk Strategi Korporat	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja dengan meningkatnya jumlah pengangguran. Tidak dipungkiri bahwa bagi para pencari kerja marketing menjadi solusi. Serta bagi para pembisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Adanya masalah tersebut menjadi suatu peluang untuk merecrutnya. *Multi Level Marketing* merupakan bisnis yang dapat menjanjikan keberhasilan financial. Bagi seorang marketing menjalankan bisnis dengan sistem jaringan menjadi suatu motivasi dan tantangan. Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) bisa dilakukan tanpa syarat pendidikan khusus. Hal tersebut yang mendasari seseorang memilih mengikuti bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM).

Walaupun Banyak berita miring terkait bisnis *Multi Level* akan tetapi tidak menjadi kendala, hal tesebut terlihat dari perkembangan dan pertumbuhan bisnis bersistem jaringan atau MLM. Fenomena pertumbuhan bisnis *Multi Level Marketing* ini dibenarkan oleh Ketua Umum Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia yang menyebut bahwa jumlah transaksi tersebut tumbuh 10 persen jika dibandingkan dengan pertumbuhan tahun sebelumnya. Oleh karena itu, pertumbuhan *Multi Level Marketing* di Indonesia masih sangat menjanjikan, karena Indonesia merupakan negara yang memiliki nilai pasar yang sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari data pertumbuhan direct seller (penjual langsung) hingga 2014, dari 2011, juga terus tumbuh, mencapai 11,3 persen. Dengan jumlah transaksi penjualan langsung atau *Multi level Marketing* (MLM) di Indonesia selama 2016 mencapai US\$ 1,184 juta atau setara dengan Rp 15,75 triliun.¹ Hal ini menyebabkan banyak bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) masuk keIndonesia.

¹ Dewi Rina Cahyani, "Transaksi Bisnis MLM Tembus Rp 15,75 Triliun", 13 Januari 2018, diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1050063/transaksi-bisnis-mlm-tembus-rp-1575-triliun/full&view,ok>, pada tanggal 13 Maret 2019

Hal tersebut menyebabkan banyak bermunculan perusahaan berbasis sistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang berkembang di Indonesia. Sehingga menjadi suatu fenomena. Bisnis MLM memberikan berbagai fasilitas dan hadiah untuk menarik para calon *member*. Masa kini *Multi Level Marketing* menjadi suatu bisnis yang menggiurkan dengan tawaran keuntungan yang besar dan waktu yang fleksibel. Bisnis yang membangun pemikiran untuk mendapat penghasilan yang besar dalam waktu instan, hanya dengan merekrut *member* baru. Realitanya banyak bisnis *multi level* yang hanya melakukan perekrutan *member* tapi tidak diimbangi dengan pemberdayaan para *member* sehingga banyak terjadi *member-member* pasif, yang menyebabkan tidak berkembangnya karir dalam jaringan bisnis *multi level*.

Proses menjalankan bisnis ini dimulai dengan cara merekrut dan mempromosikan orang untuk mengetahui manfaat produk-produk yang dimiliki perusahaan. Tidak hanya itu para pemimpin (*leader*) juga dituntut harus bisa memberikan pemaparan akan visi dan misi perusahaan dan sistem bisnis yang sedang dijalankan. Pemimpin (*leader*) sangat berperan penting dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing*. Karena pemimpin (*leader*) yang bertugas untuk memberdayakan para *member*, agar *member-member* dapat konsisten dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* sehingga akan menghasilkan karir yang baik.

Bisnis *Multi Level Marketing* ialah bisnis yang bergantung dengan jaringan. Yaitu bisnis yang akan tumbuh dan berkembang jika memiliki banyak jaringan yang aktif. Sehingga akan berdampak pada penghasilan dan karir pimpinan (*leader*) serta *member* tersebut. Karena *Multi Level Marketing* (MLM) memberikan keuntungan bagi *member* yang mengembangkan dan aktif menjalankannya. *Multi level marketing* diartikan sebagai pemasaran yang berkembang melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan sebagai tenaga pemasaran.²

Dalam mengerjakan Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dibutuhkan *member* yang tangguh, berani, dan ulet, kriteria inilah yang dibutuhkan pemimpin

² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. ke-III, (Jakarta: Amzah, 2015), hal. 613

(*leader*) untuk bisa meyakinkan *member* baru dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Oleh karena itu seorang pemimpin (*leader*) harus menginovasi dan memotivasi visi dan misinya untuk meningkatkan karir para *member* agar terus berkembang.

Perkembangan *Multi Level Marketing* tidak terlepas dari kerja keras *Leader* dalam memberdayakan *member*. Untuk mengoptimal sumberdaya manusia agar mampu mandiri dan berjalan sesuai kemampuan yang dimiliki dalam menjalankan suatu pekerjaan maka dibutuhkan suatu konsep yang di namakan pemberdayaan. pemberdayaan bisa dimulai melalui pendekatan personal, pelatihan pendidikan, pelatihan keterampilan sehingga orang yang ada dalam perusahaan atau organisasi mempunyai kemampuan, pontesi, keterampilan dan kesempatan berkinerja, berkreasi dan berinovasi.³

Dalam menciptakan sumberdaya manusia (*Member*) yang berkompeten *leader* harus memberdayakan para *member* dengan maksimal sehingga bisa membuat suatu jaringan yang kokoh. Pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk memberdayakan *member* yang kurang memiliki kemampuan baik karena faktor *internal* maupun *eksternal* agar memiliki kemampuan dalam menjalankan dan mengembagkan *Multi Level Marketing* (MLM). Menjalankan bisnis tersebut bukan pekerjaan mudah tetapi banyak orang berasumsi bahwa *Multi Level* adalah bisnis yang sangat menggiurkan dengan berbagai tawaran fasilitas yang di berikan perusahaan untuk *member-member* yang aktif. Sebab itu masyarakat berasumsi dengan bergabung menjadi *member Multi Level Marketing* (MLM) akan merubah sisi ekonomi kehidupan mereka agar lebih baik. Untuk itu bergabung menjadi *member Multi Level Marketing* (MLM) menjadi solusi ketika seseorang ingin menjadi sukses dengan cara cepat dan mudah.

Pemikiran ini muncul di sebabkan banyaknya hadir perusahaan bersistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang menggiurkan, dengan fasilitas dan *reword* yang menjanjikan. Untuk itu banyak *member* hanya berfokus pada *reword* tanpa mempelajari proses untuk menjadi sukses dengan bergabung di bisnis *Multi Level*

³Eko Nusantoro, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, "*Optimalisasi Pemberdayaan Sumberdaya Manusia Dalam Lingkungan Bekerja*" Edukasi : Jurnal Vol No.14, No 2 November (2020)

Marketing (MLM). *Member* hanya berpikir ingin sukses dengan cepat dan mudah. Tetapi mengabaikan proses yang harus di ikuti bahwa untuk berhasil harus berkerja keras serta mandiri dalam membangun jaringan yang kokoh hingga mencapai karir yang sesuai.

Dalam proses kemandirian seorang *member* dibutuhkan pemberdayaan yang efektif. Sehingga kesuksesan tidak hanya menjadi sebuah impian tapi kebenaran. Akan tetapi realita yang terjadi dalam menjalankan bisnis bersistem *Multi Level Marketing* (MLM) banyak *member* hanya bersifat pasif. *Member* hanya berperan sebagai pengguna produk. Tidak dapat berkembang dengan jaringan yang kokoh, Sehingga tidak memiliki jenjang karir yang baik dan berjangka panjang.

Masalah tersebut selalu terjadi pada perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM). Hal serupa juga terdapat pada perusahaan HNI-HPAI *Bussines Center 9 Medan* yang menjalankan dengan sistem *Multi Level Marketing*. Banyaknya jumlah *member* pasif dari pada jumlah member aktif. PT. HPAI-HNI, menjalankan bisnis dengan sistem *Multi level Marketing berbasis syariah*. hasil observasi dapat dijelaskan, bahwa *member* yang berkualitas dan kompeten masih terbatas, Dilihat dari total keseluruhan *member* yang bergabung yaitu 534 *member*, maka *member* yang pasif sebanyak 312 *member*.⁴ Hal ini menjadi masalah yang harus di teliti, karna lebih banyak *member* jumlah pasif yang dimiliki PT HNI-HPAI Business Center 9 Medan. Sehingga penulis ingin meneliti mengapa banyak member pasif, dengan meneliti bagaimana proses strategi pemberdayaan yang dilakuan di PT HNI-HPAI Business Center 9 Medan. Banyak *member* yang hanya mendaftar tapi tidak belanja, dengan alasan mahal dan modal. Sehingga secara otomatis mempengaruhi kinerja pemimpin (*leader*) dan target penjualan.

Untuk itu peran pemimpin (*leader*) sangat penting dalam mengembangkan bisnis bersistem *Multi Level Marketing* (MLM). Akan tetepi keberadaan *member* sebagai peran utama dalam menjalankan *Multi Level Marketing* (MLM) tidak boleh diabaikan. Karena *member* adalah pondasi dalam menjalankan bisnis ini.

⁴ Khirudin butar-butur, pimpinan BC 9 PT. HNI-HPAI

Maka di butuhkan *member* sebanyak-banyaknya, Agar jaringan yang di bangun dapat berkembang dengan cepat dan kokoh. Akan tetapi banyaknya jumlah *member* harus di imbangin dengan pemberdayaan, sehingga *member* yang terecrute bisa berkembang dan menghasilkan karir yang baik.

Pemberdayaan tidak terlepas dari tugas seorang pemimpin (*leader*). Karna pemeberdayaan adalah suatu upaya membangun kemandirian bagi setiap *member*. Pemberdayaan digunakan sebagai upaya untuk memperkuat kapabilitas dan komitmen dari *member*, agar bisa berkembang lebih efektif, sehingga dapat mentercipta kepuasan kerja yang dapat berdampak meningkatnya karir.

Pemberdayaan adalah proses perubahan, seperti halnya islam memandang suatu perubahan kearah yang lebih baik. Islam adalah agama yang memiliki pemberdayaan yang kuat. Hal tersebut telah allah jelaskan dalam Al-quran dalam surat Ar-Ra'd ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ، مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَاٰلِ ۙ

Artinya : *“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, dimuka dan dibelakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan ssesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada perlindungan bagi mereka selain Dia.”*⁵

Pandangan islam tentang pemberdayaan adalah suatu konsep yang merupakan gerakan tanpa henti. Konsep pemberdayaan merupakan paradigma baru dengan tujuan untuk mengembangkan kemandirian dan kemampuan untuk membentuk *member* menjadi mandiri. Untuk itu peran pemimpin (*leader*) sangat di butuhkan untuk pengembangan karir *member-member* baru. Pemberdayaan *member* merupakan suatu hal yang penting, dalam menjalankan bisnis bersistem *Level Marketing* (MLM).

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012)

Pemberdayaan adalah bentuk upaya yang harus dilakukan untuk menurunkan jumlah *member* pasif dan meningkatkan karir para *member*. Dari data yang di dapatkan di PT HNI-HPAI Business Center 9 Medan bahwa jumlah *member* pasif lebih banyak dari pada jumlah member aktif, maka dapat di asumsikan bahwa pemberdayaan yang dilakukan pimpinan (*leader*) tidak masimal dan efektif. Fakta menjelaskan masih banyak *member* yang belum terberdaya dengan efektif. Sehingga banyak member yang belum memiliki karir yang baik dan berjangka panjang.

Maka pemimpin (*leader*) tidak hanya harus mampu merecrute *member* baru, tetapi juga harus bisa memberdayakan para *member* agar tidak hanya menjadi *member* pasif. *member* yang hanya berstatus *member* tetapi tidak pernah bertransaksi dan beraksi dalam mengembangkan karir. Karena itu dibutuhkan kerjasama yang baik di dalam proses menjalankan bisnis bersistem *Multi Level Marketing* (MLM) antara *member* dan pimpinan (*leader*).

Setiap pimpinan (*leader*) perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam hal pemberdayaan, sehingga dapat meminimalisir jumlah *member* pasif. Strategi adalah suatu cara supaya perusahaan dapat bertahan dan berkembang agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan competitor yang sejenis. Pemberdayaan juga berguna untuk meningkatkan karir para *member*. Peningkatan karir adalah impian para *member* akan tetapi hal tersebut sering gagal terjadi dikarenakan strategi yang kurang efektif yang dilakukan pemimpin (*leader*). Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti tentang pemberdayaan yang dilakukan guna meningkatkan karir *member*. Dengan berlandaskan uraian-uraian masalah yang telah di jelaskan maka peneliti akan melakukan pembahas lebih mendalam lagi. untuk itu penulis harus meneliti masalah dengan bentuk karya ilmiah dengan judul “**Analisis Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (*Member*) Dalam Meningkatkan Pengembangan Karir (Studi Kasus Di Bussines Center (BC9) Kelurahan Sudirejo 1)**”.

B. Rumusan Masalah

Dengan menjelaskan seluruh masalah diatas maka peneliti menarik rumusan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir?
2. Bagaimana kendala pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir?
3. Bagaimana analisis strategi pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir dengan menggunakan analisis SWOT ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir.
2. Untuk mengetahui kendala pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir
3. Untuk mengetahui Analisis pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yang dilakukan pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Kota Medan dalam meningkatkan pengembangan karir dengan menggunakan analisis SWOT

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian dilakukan untuk memperoleh manfaat yang tersembunyi di balik suatu peristiwa. Untuk itu Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) membantu memperkenalkan tentang perusahaan.

2. Masyarakat

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan bagi masyarakat yang ini ikut serta dalam bisnis multi level syariah yaitu PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) terlebih dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi

3. Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan tambahn referesi yang berkaitan dengan multi level marketing syariah

4. Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media untuk menambah wawasan bagi penulis, sehingga penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pemberdayaan ekonomi dalam bisnis multi level market

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemberdayaan

Pemberdayaan ialah suatu upaya untuk membangun semangat atau kekuatan diri. Asal kata pemberdayaan ialah daya yang artinya tenaga atau kekuatan yang dilakukan dengan proses, atau cara agar pemberdayaan dapat dilakukan.¹ Pemberdayaan juga dapat di katakan sebagai cara untuk membetuk daya masyarakat guna membangkitkan kesadaran dengan memotivasi sehingga potensi diri yang dimiliki sehingga dapat membangun dan mengembangkan kemandirian.² Pemberdayaan juga dilakukan untuk memberikan dorongan terhadap daya atau penguatan kepada kepada seseorang yang membutuhkan daya tersebut.³

Pendapat lain terkait tentang pemberdayaan juga di utarakan bahwa pemberdayaan adalah proses untuk membetuk daya itu, membangkitkan kesadaran akan potensi diri dengan cara memotivasi, orang yang tidak berdaya agar menjadi berdaya sehingga orang tersebut bisa mengembangkan kemampuan yang dimilikinya.⁴ Oleh karena itu pemberdayaan harus di giatkan untuk menaikkan perekonomian sehingga produktifitas seseorang akan meningkat secara otomatis akan menghasilkan nilai tambah ekonomi yang tinggi. Untuk meningkatkan kemampuan ada empat akses yang harus diperbaiki yaitu terhadap sumberdaya manusia, teknologi yang juga memiliki peran dalam menjalaka program pemberdayaan, akses pasar dan permintaan.

Proses pemberdayaan harus dilaksanakan dengan cara rutin dan berproses. Pemberdayaan digunakan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan

¹Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 242

² Daniel Sukalele, "*Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah*", dalam wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah diakses tgl. 25 Juni 2014

³ Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Cet. Ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.23

⁴ Ginanjar Kartasasmita, *Pengembangan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo, 1996), hal. 145

kemandirian seseorang. Proses pemberdayaan bisa dimulai dengan memotivasi, memfasilitasi, mendidik seseorang yang tidak berdaya agar menjadi berdaya. upaya pemberdayaan bisa dimulai dengan membangun pola pikir kesadaran seseorang akan suatu kebutuhan, kemudian melakukan motivasi secara rutin, melakukan pelatihan dan dibantu dengan memberikan fasilitas seperti modal. Dengan melakukan proses pemberdayaan maka secara otomatis akan membangun asumsi dasar bahwa semua manusia memiliki potensi dan daya, untuk dikembangkan agar menjadi lebih baik.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemberdayaan merupakan dorongan atau arahan yang dilakukan oleh pimpinan (*leader*) untuk membentuk *member-member* agar menjadi mandiri, dengan memotivasi dan membangun potensi diri yang dimiliki dengan arahan dari pimpinan (*leader*).

1. Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan suatu aspek manajemen yang sangat penting yang bisa dibangun dari diri Sumberdaya Manusia tersebut. Pemberdayaan dapat dilakukan dengan menunjuk orang yang berdaya untuk memberikan daya terhadap sumberdaya manusia yang tidak memiliki daya dalam meningkatkan potensi dirinya. dalam ilmu manajemen pemberdayaan harus dilakukan untuk mendukung perusahaan atau organisasi dalam meraih tujuan yang dibuat. Sebab itu, dibutuhkan seorang pemimpin (*leader*) yang memiliki daya atau kemampuan untuk memimpin serta bisa memberikan daya terhadap orang lain. sistem manajemen dalam organisasi tersebut tidak akan berjalan secara baik, tidak efisien, dan tidak efektif jika tidak didukung dengan pemberdayaan yang baik. Maka dari itu dibutuhkan konsep dalam pembentukan program pemberdayaan.

Pemberdayaan muncul dikarenakan adanya kegagalan dalam proses pencapaian tujuan disuatu perusahaan atau organisasi. Pemberdayaan merupakan suatu pemikiran untuk membentuk manusia kearah kemandirian dengan berbagai proses. Bahwa pemberdayaan bukanlah suatu program instan, tetapi pemberdayaan dilakukan dengan proses menekankan kekuatan, kekuasaan terhadap organisasi atau pimpinan (*leader*) dalam membentuk keberdayaan pada

individu tersebut. Dengan memotivasi serta membentuk keinginan, kesadaran dan kemampuan diri, guna menentukan apa yang menjadi pilihan mereka dengan tujuan yang lebih baik.

Pemberdayaan dilakukan guna meningkatkan potensi manusia untuk membentuk rasa kemandirian, kemampuan dan kemauan untuk mampu membebaskan diri kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan ialah proses perubahan diri yang memiliki kemampuan (daya) menjadi memiliki potensi, keterampilan, dan juga perekonomian yang lebih baik. Islam juga menjelaskan tentang perubahan, Dalam islam perubahan adalah hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin merubah takdir hidupnya maka seseorang itu harus berupaya agar merubah takdir hidupnya menjadi lebih baik. Perubahan itu akan terjadi jika seseorang tersebut memiliki niat dan kemauan untuk untuk merubahnya. Untuk itu hal yang harus di bentuk adalah pola berfikir dengan membentuk kesadaran, sehingga orang tersebut memiliki keinginan untuk meraih apa yang mereka impikan.

Banyak upaya yang dapat dilakukan agar pemberdayaan dapat dilaksanakan, diantaranya mempersiapkan pribadi masyarakat dengan membentuk peikiran untuk menjadi wirausaha.¹ Menjadikan seorang sebagai wirausaha dengan memberikan motivasi moril ataupun materil. Motivasi moril bisa berupa ilmu, pendidikan, pengarahan agar terdorong untuk memiliki kehidupan ekonomi yang lebih baik dengan bekerja keras dan berdo'a. Sedangkan motivasi materil berupa fasilitas modal usaha dan pelatiha keterampilan.

2. Strategi Pemberdayaan

Ketika melakukan suatu perencanaan di butuhkan strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi adalah kerangka yang terstruktur dengan dan terintegrasi secara komprehensif agar mengarahkan pada tujuan yang tepat sasaran. Strategi dilakukan dengan menyusun rencana strategic, dan

¹*Ibid.*, hal. 38

menjadikan sumberdaya manusia sebagai kunci untuk menentukan tujuan perusahaan, baik itu tersusun secara praktis maupun yang dapat dilaksanakan²

Strategi sumberdaya manusia merupakan suatu pola atau rencana yang yang di bentuk untuk menggiring sumberdaya manusia agar terintegrasi dengan tujuan-tujuan pokok, strategi bisa dilakukan dengan membuat beberapa konsep dan tahapan dalam menyusun rencana secara kohesif. Strategi yang telah dirumuskan dengan baik akan memberi hasil juga mewujudkan pengalokasian sumber daya manusia kepada perusahaan dengan baik, dengan demikian kelemahan perusahaan dan serangan dari pesaing dapat dihindari.³

Kesimpulan yang dapat ditarik bahwa sesuatu yang direncanakan dengan baik yang bertujuan untuk mewujudkan dan menjadikan dan juga mendayagunakan sumberdaya manusia dengan baik dan efektif. Dan pemberdayaan dapat diartikan sebagai suatu kemampuan untuk memandirikan sumberdaya manusia yang tidak berdaya menjadi berdayaguna, mandiri dan berpotensi. Oleh karena itu yang menjadi titik fokus strategi pemberdayaan Sumberdaya manusia adalah rancangan perencanaan yang dibuat dengan terstruktur agar mengenai objek sasaran dengan tepat sehingga tercapai tujuan yang dibuat dalam program-program pemberdayaan..

Suwatno dan Donni Juni Priansa mengungkapkan untuk mencapai pemberdayaan yang baik ada 8 (delapan) strategi pemberdayaan pegawai yang dapat dilaksanakan, yaitu⁴:

1) Sesuai dengan visi dan misi

Pemberdayaan harus sesuai visi, misi dan nilai organisasidan bahkan pemberdayaan harus bagian dari visi misi itu sendiri.

2) Diintrusikan dengan istilah contoh

Pengarahan dengan memberikan pembinaan dan pelatihan yang dilakukan dari manajemen teratas. Pemberdayaan harus ditinjau dari

²Henry Simamora, *Manajemen Sumberdaya Manusia*,(Yogyakarta: STIE YKPN. 1997), hlm. 38

³*Ibid.*, hal 39

⁴Suwanto dan Donni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta.2011), hal.187

manajemen tertinggi. Agar pimpinan dapat menyumbangkan visi kedepan dan berpartisipasi untuk memotivasi dan menciptakan suatu lingkungan yang bertanggungjawab.

3) Berkomunikasi secara aktif

Menjalinkan komunikasi yang baik yakni mengikutsertakan member didalam berinteraksi secara rutin maka strategi ini dapat mendorong terjadinya pemberdayaan

4) Meninjau struktur organisasi

Pemberdayaan akan sukses jika adanya perubahan terstruktur dalam organisasi, agar para karyawan lebih mudah diarahkan kepada tujuan, dan birokrasi dapat dipadukan dalam pengawasan yang satu.

5) Memperkuat kerja tim

Pemberdayaan harus didukung dengan kerja tim yang kuat sehingga terbentuk rasa kerja sama antar tim. Salah satu mekanisme terpenting untuk mewujudkan lingkungan yang baik bagi masyarakat.

6) Mendorong pengembangan pribadi

Memberikan dorongan baik secara moral dan materil, berikan motivasi kepercayaan diri, pelatihan dan fasilitas.

7) Fokus pada jasa pelayanan

Pemberdayaan yang paling terakhir dapat menggiring karyawan agar bertanggung jawab untuk meningkatkan jasa layanan kepada pelanggan agar tercipta rasa kepuasan bagi karyawan.

8) Mengukur perkembangan dan menghargai keberhasilan.

Merencanakan standar keberhasilan organisasi agar membuat karyawan memahami langkah keberhasilan yang dapat dicapai, menentukan cara agar keberhasilan individu dapat dikenali melalui jenjang karir yang terbentuk di perusahaan.

3. Bentuk-Bentuk Pemberdayaan

Dalam melakukan pemberdayaan dibutuhkan pola atau bentuk pemberdayaan yang tepat sasaran. Agar pemberdayaan tersebut dapat berjalan

dengan baik dan maksimal. Bentuk pemberdayaan yang dengan memberikan kesempatan kepada setiap orang membuat perencanaan dan melakukan program pembangunan yang telah ditentukan. Kekuasaan untuk mengelola kelompok atau kepribadian juga harus diberikan bagi mereka agar mencapai tujuan yang diinginkan.

Pemberdayaan bisa mengarah pada pembentukan kognitif, untuk mencapai kemandirian sumberdaya yang di harapkan. Diperlukan sebuah proses dalam menjalankan pemberdayaan, diantaranya mempersiapkan pribadi sumberdayanya. Membangun pikirannya agar terdorong menjadi pengusaha. Karena prosedur yang terbaik dalam mengatasi kemiskinan di samping bekerja juga bisa menjadi seorang pedagang atau pengusaha. Hal tersebut bisa dilaksanakan dengan mulai memberikan pelatihan, bimbingan dan modal. Sehingga bisa menjadi modal dalam memasuki dunia kerja atau wirausaha.⁵

Program pemberdayaan bisa dilakukan dengan pembimbingan agar menjadi seorang wirausaha hal ini dapat dilakukan dengan beberapa tahapan, seperti dukungan secara moril. Bentuk dukungan dapat berupa penjelasan tentang fungsi, hak serta kewajiban manusia yang utamanya setiap insan itu harus beribadah, bekerja dan berikhtiar dengan semampunya. Pola-pola dukungan moril itu adalah⁶:

1. Pengembangan usaha dengan pelatihan dan pembinaan

semua peserta diberikan wawasan tentang kewirausahaan terutama segala sesuatunya yang berkaitan dengan permasalahan kewirausahaan. Pelatihan bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang komprehensif dan aktual sehingga dapat menimbulkan semangat atau dorongan terhadap masyarakat selain itu peserta diharapkan mempunyai wawasan kewirausahaan dari segala aspek. Memberikan Pelatihan dilaksanakan secara sungguh-sungguh, dengan memperaktekan secara langsung bagaimana sikap kewirausahaan,

⁵*Ibid.*, hal. 38

⁶Mardi Yatmo Hutomo, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Adiyana Press, 2000), hal 1-2

baik oleh mereka yang menekuni bekerja di dunia usaha, atau mencontohkan kegiatan-kegiatan yang benar-benar adanya praktik kewirausahaan. dengan pelatihan ini diharapkan dapat memperhatikan bahwa banyak hal-hal lain yang dapat dilaksanakan, sehingga dapat terhindar dari kegagalan yang mungkin akan terjadi dalam membangun perusahaan. .

2. Permodalan

faktor yang sangat penting bagi dunia usaha, setiap pengusaha dalam menjalankan usahanya hal utama yang diperlukan adalah modal. Hal utama yang dilaitkan dengan permodalan adalah uang, bukan perbankan maupun pendanaan lainnya. .

3. Pemberdayaan di bidang keilmuan

Pendidikan adalah upaya dalam mengentaskan kemiskinan. Dengan pendidikan akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, sehingga dapat mengembangkan potensi diri dan keterampilan.

4. Langkah-langkah pemberdayaan

Dalam menjalankan proses pemberdayaan maka dibutuhkan langkah-langkah yang tepat. Agar strategi pemberdayaan yang dibuat menjadi tepat sasaran. Karna pemberdayaan adalah upaya pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya, agar menjadi efektif dan efisien. Adapun beberapa langkah-langkah dalam melakukan pemberdayaan sumberdaya manusia (member) yaitu sebagai berikut:

- a. Mengembangkan pengetahuan tentang *empowerment* secara komperhensif;
- b. Menyusun rencana kegiatan yang akan mendukung proses pemberdayaan di beberapa kegiatan organisasi yang mampu meningkatkan mutu kinerja karyawan. Rencana Kegiatan tersebut harus ada pemberitahuan kepada seluruh karyawan agar tidak terjadi penolakan.

- c. Memilih beberapa kegiatan yang penting dan urgen untuk sukses dan memiliki tingkat resiko yang sedikit. Kegiatan tersebut harus memiliki bobot dan nilai sangat penting dalam menciptakan nilai tambah operasional pada kegiatan usaha.
- d. Menjelaskan kepada karyawan agar memahami *job expectations* dan metrik. Setiap member seharusnya memahami tentang apa hasil yang akan mereka dapat apabila mereka menjalankan kerja dan tanggung jawab yang telah diberikan kepada mereka demi meningkatkan kinerja mereka.
- e. Menetapkan metode follow-up untuk berbagi pengalaman demo mewujudkan kehidupan yang lebih baik kepada pekerja bisa dilakukan secara personal maupun kelompok. Setelah dilakukan pelatihan, maka dibutuhkan tindak lanjut untuk menerapkan pemahaman yang telah diperoleh. Berbagi idetentang keberhasilan orang lain dengan itu karyawan akan mampu mendorong lebih imajinatif dan menginspirasi untuk melakukan cara yang sama dengan orang lain dalam mencapai keberhasilan.
- f. Melahirkan, mengawasi, dan mewujudkan rasa percaya. Karena Kepercayaan adalah hal yang konsekuensial dalam membangun lingkungan yang kuat. Seorang Pimpinan harus percaya terhadap anggotanya untuk mengamanatkan tugas yang dianggap konsekuensial. saling percaya, akan mewujudkan sifat saling terbuka dalam berbagai masalah yang dihadapi untuk dijadikan sebagai pertimbangan pimpinan.
- g. Penilaian peningkatan yang didapati dari agenda pemberdayaan. Evaluasi merupakan cara yang sangat urgen untuk menilai tingkat keberhasilanyang telah didapati dan menyurvei berbagai aspek yang menjadi penghalang atau aspek kegagalan proses pemberdayaan⁷

⁷ M.Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumberdaya Manusia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 251-252.

Dari langkah-langkah yang di uraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemimpin (leader) memegang peran besar dalam melakukan program pemberdayaan untuk para member. Untuk itu seorang Pemimpin perlu menjalankan beberapa langkah untuk menjamin terlaksananya skedul pemberdayaan yang direncanakan dengan maksimal dan sukses. Oleh sebab itu kunci kesuksesan suatu program ialah manajemen yang stabil, koheren dan memiliki loyalitas yang mantap..

5. Tujuan pemberdayaan *Member*

Setiap perusahaan atau lembaga pasti memiliki tujuan. Dalam pemberdayaan juga memiliki tujuan. Hal yang ingin dicapai dalam suatu pemberdayaan adalah melihat kemandirian yang berhasil dimiliki oleh setiap *member*. *Member* sebagai sumberdaya, dan pimpinan (leader) yang memiliki berperan sebagai penentu keberhasilan manajemen atau organisasi ketika menjalankan kegiatan untuk mewujudkan tujuan yang di tetapkan. Keberhasilan suatu organisasi dapat dinilai dari hasil kemandirian yang diciptakan oleh pimpinan (leader) dengan meningkatnya jenjang kair seorang *member*.

Keberhasilan adalah puncak dari sebuah tujuan. Adapun yang menjadi tujuan pemberdayaan adalah terciptanya kesadaran, kemandirian pencapaian target yang telah di tetapkan, bertambahnya ilmu pengetahuan serta meningkatnya jenjang karir yang diharapkan. Agar mewujudnya sumberdaya manusia yang mempunyai kemahiran yang baik, harus ada kekuasaan dan dapat dipercaya serta memiliki tanggungjawab dalam menjalankan misi organisasi untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Tujuan dari pemberdayaan pegawai ialah untuk mengatur ulang daya guna kinerja pegawai dalam mewujudkan tujuan dan hasil yang telah disusun. Perbaikan daya guna kinerja tersebut dapat dilakukan dengan cara mengatur kembali wawasan dan skill serta sikap pegawai terhadap tugas-tugasnya.

Menurut pendapat Manulang dalam buku Sartono, menjelaskan bahwa tujuan pemberdayaan sumberdaya manusia adalah untuk menambah wawasan, menambah kapabilitas dan merubah perbuatan. Selanjutnya, Dale Yoder, Alfred

Laitener dan Joseph Triffin di dalam buku Sartono tujuan pemberdayaan sumberdaya manusiasecara umum, adalah⁸ :

- a. Supaya sumberdaya manusia (*member*) dapat menjalankan tugas dengan baik. Dengan melakukan pemberdayaan yang direncanakan dengan baik serta didasarkan pada cara berpijakan pada kemampuan yang diinginkan agar dapat menjalankan tugas dengan lebih efisien.
- b. Agar pengawasan lebih sedikit dilakukan terhadap sumberdaya manusia (*member*). Pemberdayaan di harapkan menghasilkan sumberdaya manusia (*member*) yang cakap, mandiri, berani dan terampil. Sehingga akan menghasilkan pekerjaan yang efektif dan efisien yang mana akan verakibatpada meningkatnya karir, serta minusnya pengawasan yang dilakukan oleh atasan.
- c. Agar *member* lebih cepat berkembang. Diharapka dengan adanya pemberdayaan *member* akan lebih cepat berkembang, sehingga bisa membangun jaringan yang kokoh dan berefek pada meningkatnya karir member tersebut. Dengan demikian tercapailah tujuan pemberdayaan.

Tujuan pemberdayaan tidak terlepas untuk membentuk sumberdaya manusia (*member*) yang mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, sehingga menghasikan kesadaran untuk mewujudkan segala keinginan. Dengan pemberdayaan diharapkan tidak hanya untuk kemandirian saja tetapi juga dapat memantau, memutuskan serta menjalankan kegiatan yang dianggap baik dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi, dengan menggunakan daya dan skill yang terdiri dari skill dalam mengarahkan sumberdaya yang ada dalam lingkungan tersebut.⁹

Para ahli menjelaskan bahwa pembahasan tentang pemberdayaan seharusnya dapat dilihat dari tujuan, tahapan, dan langkah-langkah pemberdayaan yang dijalankanmeliputi:¹⁰

⁸Agus, Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta:BPFE. 2011), hal.11

⁹Soetomo, *Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2009). hal 416

¹⁰*Ibid.*,hal. 58-59

- a. Pemberdayaan bertujuan untuk memupuk kapabilitas dari pihak-pihak yang lemah atau belum beruntung.
- b. Pemberdayaan adalah tahapan yang dilakukan dengan memberi kekuatan atau dorongan kepada satu pihak agar menjadi kokoh untuk ikut berperan aktif dalam mewujudkan keadaan yang lebih baik.
- c. Pemberdayaan menentukan pada usaha dalam pendistribusian pada kekuasaan dengan mengubah pola ekonomi yang ada dalam masyarakat.
- d. Pemberdayaan adalah suatu metode supaya masyarakat, organisasi, dan komunitas dapat mempertahankan hidupnya.

Dapat dijelaskan dari uraian diatas bahwa tujuan pemberdayaan sumberdaya manusia (*member*) yaitu untuk membentuk pemikiran, keterampilan dan kemandirian serta mengembangkan potensi diri yang dimiliki sumberdaya manusia (*member*). Sehingga akan menghasilkan pendapatan yang diharapkan dalam bentuk meningkatnya karir.

6. Indikator Pemberdayaan

Dalam menilai pemberdayaan di butuhkan indikator-indikator bertujuan untuk mengetahui focus keberdayaan sebagai berikut:

- a. Desire (keinginan)

Desire merupakan proses yang terjadi setelah adanya perhatian dari calon pembeli atau target sasaran atas barang yang ditawarkan. Pada tahap ini pembeli memiliki keinginan sendiri setelah menimbang manfaat atau kegunaannya. Pemasar bisnis berusaha memberikan sentuhan psikologis (psikologis) kepada calon pembeli dengan cara yang lebih persuasif, sehingga keinginan untuk memilikinya atau mengikuti ajarannya semakin besar jika yang ditawarkan adalah gagasan dari seorang instruktur¹¹.

¹¹ Hafied Cangara, *Perencanaan&Strategi Komunikasi*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013), hal.78

b. Kesadaran

Kesadaran (awareness) adalah langkah pertama yang harus dilakukan oleh orang pemasaran atau konseling kepada khalayak sasaran. Kesadaran disini difokuskan pada produk, barang, atau ide (ide) yang ditawarkan. Sejauh mana target menghindari keuntungan dari barang yang ditawarkan. Untuk itu seorang pemasar atau penyuluh harus mampu menunjukkan kegunaan barang yang ditawarkan kepada khalayak sasaran (konsumen).

c. Penghargaan

Penghargaan atau hadiah adalah bentuk ucapan atas prestasi yang telah diraih atas pekerjaan yang dilakukan. Pemberian reward tersebut merupakan upaya pemimpin dalam memberikan balas jasa atas hasil kerja, sehingga dapat mendorong bekerja lebih giat dan berpotensi.¹²

d. Motivasi

Merupakan dorongan untuk bertindak terhadap serangkaian proses perilaku manusia dengan mempertimbangkan arah, intensitas, dan ketekunan pada pencapaian tujuan. Sedangkan elemen yang terkandung dalam motivasi meliputi unsur membangkitkan, mengarahkan, menjaga, menunjukkan intensitas, bersifat terus menerus dan adanya tujuan..¹³

e. Communication (komunikasi)

Proses penyampaian informasi yang dapat dimengerti dan diterima oleh kedua belah pihak antara komunikator dan pendengar Komunikasi adalah media dalam melakukan pemasaran.

B. Sumberdaya Manusia (*Member*)

Sumberdaya manusia merupakan terjemahan *Human resources*, dan dapat juga dikatakan sebagai *manpower* (tenaga kerja) orang yang melakukan pekerjaan. Bahkan sebagian mendefinisikan sumberdaya manusia dengan

¹²Suharsimi Arikuntoro, Manajemen pengajaran, (Jakarta: PT Rineka Karya, 1993), hal. 160

¹³ Wibowo, Perilaku dalam Organisasi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 111.

personal, (personalia, kepegawaian, dan sebagainya).¹⁴ sumberdaya manusia ialah sumberdaya yang memiliki akal perasaan yang tunggal, kemauan, keahlian, wawasan, dukungan, dan cipta (rasio, karya dan karsa). Berkembangnya potensi sumberdaya manusia tersebut dipengaruhi upaya organisasi dalam menghasilkan tujuan. Meskipun kemajuan teknologi, berkembangnya informasi, adanya modal, apabila tidak ada sumberdaya manusia akan sukar bagi organisasi untuk mendapatkan tujuannya.

Sumberdaya manusia ialah fungsionaris yang siap melakukan suatu pekerjaan dan siaga dalam menggapai tujuan komunitas. Sebagaimana dijelaskan bahwa dimensi pokok sumberdaya adalah kontribusinya terhadap organisasi. Sedangkan sudut pandang hidup manusia yang utama adalah adanya interaksi yang baik antar mereka yang dapat menentukan kualitas dan kapabilitas hidupnya.¹⁵

Untuk itu Sumberdaya dapat dikategorikan sebagai alat untuk mencapai tujuan dalam organisasi, serta untuk mendapatkan manfaat dari kesempatan yang tersedia. Sumberdaya organisasi secara umum dapat dibagi dua yaitu Sumberdaya manusia meliputi semua personel yang ada dalam organisasi serta masing-masing mempunyai peran serta fungsi tersendiri untuk menggapai tujuan. Sedangkan sumberdaya non manusia terdiri dari, sumberdaya alam, modal, mesin, teknologi, materiil (bahan baku), dan lain-lain.¹⁶

Dalam hal ini, sumberdaya manusia yang dimaksud ialah *member* (anggota) yang turut serta mengendaikan bisnis yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI Cabang 9 Medan. Sumberdaya manusia (*member*) adalah pondasi dalam suatu perusahaan atau organisasi. Setiap organisasi atau perusahaan bersumber dari sumberdaya manusia. Kualitas sumber daya manusia menjadi tolak ukur yang utama untuk menentukan keberhasilan dari suatu perusahaan atau suatu organisasi. Untuk itu, setiap Pimpinan usaha atau manajer maupun yang bergerak

¹⁴Edy Sutrisno, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2009), hal.4

¹⁵ Taliziduhu Ndraha, *Pengantar Teori Pengembangan Sumberdaya Manusia*, (Jakarta:Rienika Cipta, 2002), hal.19

¹⁶ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumberdaya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta:Rajawali Pres,2015),hal.24

di bidang sumberdaya manusia harus paham semua komponen yang ada pada sumberdaya manusia perusahaan dan dapat mengaturnya dengan benar. Sumberdaya manusia menjadi objek yang sangat menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Sumberdaya manusia memiliki kompetensi di bidangnya dibutuhkan di setiap perusahaan yang bertujuan profit maupun non profit, karena memiliki sumberdaya yang berkompeten dapat membantu meningkatnya produktivitas kerja.

Potensi yang dimiliki sumberdaya manusia pada umumnya berbeda-beda, agar dapat menumbuh kembangkan potensi sumberdaya manusia yang berpariasi tersebut dibutuhkan suatu ilmu pemberdayaan yakni pemberdayaan sumberdaya manusia. Setiap perusahaan membutuhkan sumberdaya manusia dan teknologi dalam menjalankan semua kegiatannya. Berdasarkan operasional kerja setiap perusahaan memiliki sifat khas yang berbeda-beda. Sumberdaya manusia merupakan faktor utama dalam menggerakkan aktivitas bisnis.

C. Manajemen Pemberdayaan Sumberdaya Manusia

Dalam pemberdayaan sumberdaya manusia juga dibutuhkan manajemen yang baik. Manajemen ialah suatu mengatur sumberdaya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan¹⁷. Dalam pandangan lain manajemen juga bisa diartikan sebagai suatu profesi karena dalam menjalankan suatu manajemen dibutuhkan keahlian khusus agar dapat mencapai suatu posisi manajer yang di tuntut secara profesional dan sesuai kode etik¹⁸. Manajemen adalah suatu proses kerja sama untuk mencapai tujuan bersama¹⁹. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang berguna untuk mengatur mengelola sumberdaya manusia dengan efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan.

¹⁷Lukman Ali, dkk., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet II (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hal. 623

¹⁸Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, Cet I (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1999), hal.4

¹⁹Hadari Nawawi, *Administrasi Pendidikan*, Cet V (Jakarta: Jaha Masagung, 1993), hal.13.

Dalam menjalankan suatu manajemen di perusahaan dibutuhkan kekuatan dan profesionalitas. Kesuksesan atau kegagalannya, sistem manajemen digunakan secara terstruktur agar sumberdaya manusia dapat menggapai tujuan yang direncanakan dengan mengalokasikan sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi. Secara singkat tindakan sumberdaya manusia adalah tindakan merencanakan dan menerapkannya.²⁰

Dalam menjalankan proses manajemen baik dalam suatu organisasi atau perusahaan dibutuhkan seorang Manajer yang berperan sebagai pimpinan (*leader*). Manajer adalah jabatan yang di pegang oleh seseorang yang berguna untuk menyusun kegiatan kerja untuk mendapatkan sasaran yang tepat.²¹ Manajemen adalah kegiatan menata, merapikan dan memikirkan setiap yang dijalankan orang lain, sehingga dia mampu menjajarkan, menguraikan, dan menyusun kepentingan-kepentingannya, dan membuat hidupnya sehaluan dan sependirian dengan yang lain.²²

Memenej atau mengelola dengan menggerakkan sumberdaya manusia yang ada disebut juga sebagai pemberdayaan atau mendayagunakan. Karena pemberdayaan masuk kedalam ruang lingkup manajemen. Pemberdayaan dilakukan untuk menjadikan sumberdaya manusia lebih bertanggung jawab, berpotensi, dan mandiri sehingga berdampak pada meningkatnya karir. Pemimpin memegang peran untuk memberdayakan para sumberdaya manusia (*member*) dengan tujuan yang telah disusun pada dapat terwujud. Adapun proses pemberdayaan dan Pengelolaan Sumberdaya Manusia harus dilakukan dengan berbagai tahapan- tahapan

1. Tahapan Pemberdayaan

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan maka di butuhkan tahapan. Terdapat tiga tahapan dalam pemberdayaan²³ Pertama, Input yaitu membuat dan menyelidik kebutuhan sumberdaya manusia (*member*) yang akan diberdayakan

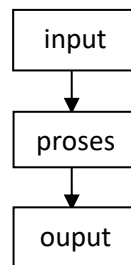
²⁰Winardi, *Asas-asas Manajemen*, Cet III (Bandung: Alumni, 1993), hal. 4.

²¹*Ibid.*,6

²²Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hal.

²³Sumardi, *Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Berkah Pustaka, 1984), hal. 23

melalui pemilihan perencanaan, hal ini dilakukan agar tercapai tujuan yang tepat. Kedua, proses melaksanakan perencanaan pemberdayaan yang sudah direncanakan. Ketiga, Output yaitu meninjau tahapan pemberdayaan yang sudah berjalan, serta mengkaji ulang dan menyelidik pemberdayaan yang dilaksanakan terhadap sumber daya manusia (*member*).



Tahapan Pemberdayaan
Gambar.2.1

Secara umum, sumber daya manusia (*member*) adalah orang yang melakukan aktivitas pekerjaan. Maka dari itu diperlukan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia agar sumber daya manusia (*member*) tidak hanya bisa bekerja, tapi juga bisa berkembang dengan potensi yang dimiliki. Agar bisa menghasilkan pendapatan yang lebih baik. Untuk itu dapat diambil kesimpulan pemberdayaan dilakukan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkompentensi dan profesional dibutuhkan, kesadaran, motivasi, fasilitas yang diberikan perusahaan dalam membentuk pemberdayaan sumber daya manusianya.

2. Tahapan Pemberdayaan Sumberdaya Manusia

Dalam melakukan proses pemberdayaan sumber daya manusia di mulai dari berbagai tahapan sebagai berikut:

a. Pegawai Baru (Rekrutmen)

Proses penerimaan karyawan yang membutuhkan pekerjaan untuk mengisi pekerjaan yang masih kosong. Rekrutmen dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu, Rekrutmen internal adalah adanya publisitas di sebuah organisasi. Tujuan Rekrutmen ini adalah untuk menciptakan semangat kerja bagi karyawan yang memiliki kinerja tinggi agar dapat

dipertahankan. Berdasarkan itu, rekrutmen internal yaitu intensifitas karyawan di sebuah organisasi untuk mendapatkan karyawan yang dapat mengisi lowongan kerja yang masih kosong.

Rekrutmen eksternal merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengambil orang dari luar organisasi digunakan untuk mengisi lowongan pekerjaan. Cara melakukan rekrutmen eksternal dengan pemasangan iklan, wawancara di kampus, mendapatkan karyawan dari biro jasa tenaga kerja, pameran peluang kerja, referensi dari karyawan yang ada, dan orang-orang yang memasukkan lamaran pekerjaan. Setiap jabatan dan pekerjaan Manajer atau Pimpinan harus berhak menentukan orang yang dapat mengisi jabatan tersebut, sedangkan pekerjaan khusus dapat menunjukkan perusahaan lain untuk dijadikan sebagai mitra kerja.²⁴

b. Seleksi

Seleksi adalah suatu tahapan dalam memilih calon karyawan yang sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan organisasi. Dalam tahapan ini, setiap calon karyawan harus dinilai secara adil dan merata sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan. Tujuan proses seleksi secara Islami adalah untuk memperoleh karyawan yang memiliki potensi dan memiliki kualifikasi yang baik, jujur, disiplin, dan dapat bekerja secara tim.

c. Pelatihan

Pelatihan adalah salah satu langkah pembelajaran yang dilakukan dengan melihat keahlian, potensi, keterampilan, dan sifat guna meningkatkan kinerja karyawan. Pelatihan adalah semua kegiatan untuk mendapatkan, menyokong serta mengembangkan kemampuan, disiplin, sikap, dan etos kerja sesuai dengan kapasitas jabatan dan pekerjaan.²⁵ Tujuan pelatihan adalah membentuk kepribadian agar menghasilkan kinerja menjadi lebih baik. Islam sangat menganjurkan menjalankan

²⁴Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2009), hal. 181.

²⁵Yulius Eka Agung Seputra, *Manajemen dan Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 22

pelatihan dan pengembangan bagi setiap karyawan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati dan mencapai kinerja yang lebih baik.²⁶

d. Penilaian kinerja (evaluasi)

Kegiatan mengumpulkan informasi tentang pekerjaan seseorang, untuk melakukan penilaian atas hasil kerja yang dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan disebut sebagai evaluasi. Penilaian kinerja dilakukan untuk mengevaluasi kerja sumberdaya manusia. Fungsi evaluasi untuk memberikan informasi yang bermanfaat untuk diberikan kepada pihak pembuat keputusan berguna sebagai penentuan kebijakan yang akan diambil berdasarkan hasil kinerja yang telah dilakukan.²⁷ Yang menjadi tujuan evaluasi *Pertama*, menyediakan informasi dengan tujuan menentukan kebijakan promosi serta kenaikan gaji. *Kedua*, memberikan kesempatan bagi manajer dan bawahannya untuk menilai kembali perilaku terkait dengan pekerjaan bawahan serta kemudian bersama-sama mengoreksinya. *Ketiga*, digunakan sebagai saran dalam pengembangan karir, maka terlihat kekurangan dan kelebihan akan terlihat dengan melakukan evaluasi²⁸. Maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi tujuan evaluasi yaitu memberikan informasi untuk dipakai sebagai dasar dalam membuat kebijakan dan keputusan, menilai hasil yang dicapai, memberi kepercayaan, memonitor dana yang telah diberikan, dan lain sebagainya. Serta untuk menilai potensi dan menentukan kelayakan dan untuk memberikan umpan balik atas kegiatan yang dikerjakan.

e. Kompensasi

Hasil yang diberikan kepada karyawan sebagai tukaran atas kontribusinya dalam bekerjakeras, bertanggungjawab dan jasa, biasanya diberikan dalam bentuk seperti gaji, upah, bonus dan insentif.²⁹ Kompensasi terbagi dua 2 yaitu kompensasi langsung sesuatu yang

²⁶Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Temporer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 117

²⁷Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 251

²⁸Jusmaliani, *Pengelolaan Sumberdaya Insani*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hal. 111

²⁹Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali pers, 2013), hal. 348

diberikan kepada pekerja dan biasanya berbentuk uang seperti gaji. Sedangkan kompensasi tidak langsung yakni balas jasa yang tidak diberikan secara langsung, bisa merupakan imbalan yang ditunda, disimpan atau dirupakan dalam bentuk yang lain. Yang masuk dalam kategori kompensasi ini diantaranya tunjangan, benefit waktu tidak bekerja, jaminan sosial, fasilitas, serta rekreasi.

Dalam melaksanakan proses manajemen harus dilakukan secara bertahap agar mendapatkan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Seperti halnya dalam merekrutmen, kemudian seleksi serta melakukan pelatihan dan pengembangan pegawai semuanya memiliki dasar untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka dari itu harus dilakukan sesuai prosedur atau ketentuan yang berlaku dalam manajemen.

D. Karir

1. Pengertian Karir

Suatu posisi atau jabatan yang terdapat pada struktur perusahaan. Karir Karir dapat diartika sebagai betuk jabatan atau posisi yang bisa dicapai dalam suatu orgaisasi. Perencanaan karir persiapan dengan proses yang disengaja melalui serangkaian langkah yang panjang untuk meraih posisi yang lebih atas. karir adalah pendukung efektifitas individu dan organisasi di dalam mencapai tujuannya.³⁰

Karir adalah proses yang terencana diciptakan perusahaan untuk membantu pegawai agar giat dalam berpartisipasi ditempat kerja³¹ defenisi karir secara ialah proses pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan yang dialami seseorang dalam masa kerjanya. Sehingga karir seseorang melibatkan serangkaian pilihan dari berbagai kesempatan, akan tapi organisasi memandang karir sebagai proses regenerasi tugas serta tanggungjawab yang baru. suatu

³⁰Indri Ekaningrum F, *Kajian Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Jurnal Visi, Vol.IX No.1 September 2015, FE Unika Soegijapranata Semarang

³¹Dalil Sudarsono, *Paradigma Baru Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Yogyakarta: Penerbit Amara Book, 2002), hal. 277

posisi yang dicapai seseorang dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi dalam individu.³² Juga dikatakan sebagai karir.

Dalam paradigm tradisional, pengembangan karir sering dianggap sinonim dengan persiapan untuk mobilitas kejenjang lebih tinggi, sehingga karir akan mendukung efektifitas individu dan organisasi didalam mencapai tujuan. Karir individual ialah urutan pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan yang dialami seseorang selama masa kerjanya. Hal-hal yang mendorog seseorang memilih berkarir di multi level bisa melalui penilaian kepribadiannya khususnya pengalman kerja dan latar belakang.

Karir adalah keseluruhan jabatan atau posisi yang mungkin diduki seseorang didalam berorganisasi dilingkup kehidupan kerjanya, dan tujuan karir merupakan jabatan tertinggi yang akan diduduki seseorang . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa karir adalah posisi dalam suatu perusahaan yang bisa diraih dalam kurun waktu tertentu. karir berhubungan dengan prilaku, keterampilan dan motivasi sebagai dorongan untuk meningkatkan karir. Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki jenjang karir dalam struktur manajemen. Jenjang karir juga berlaku pada PT. HNI-HPAI Cabang 9 Medan. karena dalam *Multi Level Marketing* (MLM) seorang *member* juga memiliki kesempatan berkarir. setiap *member* memiliki peluang dalam mengembangkan karirnya, memotivasi menjadii alat untuk mereka agar dapat berprestasi lebih baik.

2. Pengembangan Karir

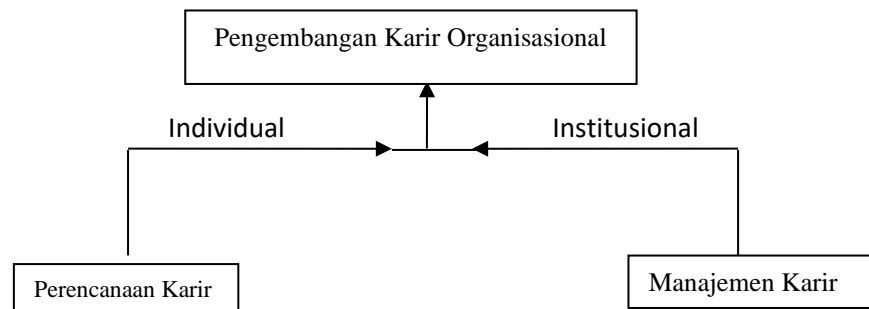
Pengembangan karir dapat dikatakan sebagai keadaan yang menunjukkan adanya peningkatan posisi seseorang dalam suatu pekerjaan. Definisi lain pengembangan karir sebagai proses meningkatkan kemampuan kerja individu yang dicapai di dalam rangka mencapai karir yang diinginkan .³³ pengembangan karir merupakan aktivitas perusahaan yang dilakulan untuk membantu para karyawan merencanakan karir masa depan. Karena setiap orang yang bekerja

³² Indri Ekaningrum F, *Kajian Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Jurnal Visi, Vol.IX No.1 September 2015, FE Unika Soegijapranata Semarang

³³ Vietzal Rivai, *Manajemen Sumberdaya Untuk Perusahaan, Dari Teori Dan Praktik*, edisi 3, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hal. 291

pada perusahaan akan memiliki harapan untuk meningkatkan prestasi sehingga berdampak pada pencapaian karir yang diharapkan. Pengembangan karir adalah aktivitas kepegawaian/manajemen yang membantu karyawan merencanakan karir

Dalam pengembangan karir ada dua bagian yang dapat dijelaskan dalam gambar 2.2 yaitu



Gambar 2.2. Pengembangan Karir Organisasional

Sumber: simamora, manajemen sumberdaya manusia³⁴

Gambar 2.2 Menerangkan tentang porses pengembangan karir organisasional ialah interaksi dari hasil-hasil yang timbul antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional. Perencanaan karir ialah proses dalam melakukan penyelesaian jenjang karir untuk menuju tujuan tersebut. Manajemen karir merupakan proses dalam organisasi untuk memilih, menugaskan, megevaluasi dan mengembangkan para karyawan untuk mempersiapkan suatu kumpulan orang-orang yang berkompeten untuk membantu memenuhi tujuan perusahaan. Program pengembangan karir tidak menjadi suatu yang rumit, akan tetapi pengembangan karir tidak akan berjalan dengan efektif jika tidak didasarkan atas perencanaan dan proses dengan tahapan yang terstruktur

Dengan memilih mengembangkan karir dengan wirausaha serta memilih menjadi distributor MLM harus bisa kreatif, inovatif karena seorang wirausaha harus berani beriteraksi dan menerima tantangan. Proses pengembangan karir dapat dilakukan cara *pertama*, memiliki niat dan kemauan serta daya fisik yang

³⁴Simamora, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN, 2001), hal.504

kuat sehingga mampu berkarir sebagai wirausaha (distributor) MLM. *Kedua*, berwirausaha di usia tua, sulit memiliki karir yang panjang sebagaimana orang muda, walaupun lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman.

3. Tahap-Tahap Pengembangan Karir

Karir terdapat dalam suatu struktur organisasi, dalam persepektif lain karir ialah perubahan seseorang ingin memiliki kehidupan yang lebih baik. Karir juga dapat diartikan sebagai pengendalian terhadap nasibnya dengan menggunakan peluang untuk meraih keberhasilan dan kepuasan. Karir merupakan urutan posisi yang diduduki seseorang, karir terdiri atas perubahan nilai-nilai, sikap dan motivasi. Dalam proses pengembangan karir dibutuhkan tahapan sebagai berikut³⁵:

- a. Karir awal, ialah tahapan pertama seseorang bergabung dalam sebuah organisasi. Setelah memasuki organisasi barulah seseorang mengetahui gambaran realistik tentang organisasi, dan memilih pekerjaan yang sesuai dengan potensi, pengalaman, dan minatnya. Maka dari itu tahap ini menjadi tahap penentuan apakah organisasi yang dipilih memperoleh jaminan akan terpenuhinya segala kebutuhan.
- b. Karir pertengahan, tahapan dimana karyawan akan mengalami transisi atau perubahan pada karir. Di tahap pertengahan ini, seseorang akan mengevaluasi pencapaiannya dan kemungkinan untuk mencapai karir pribadi dan tujuan hidup dimasa depan. Strategi untuk menyikapi masalah dipertengahan karir dengan melakukan pelatihan terhadap anggota untuk membina anggota yang lebih junior dengan cara seminar, workshop dan kepelatihan.
- c. Karir akhir, titik balik terhadap produktifitas atau penurunan dan pensiun dini dapat menjadi suatu krisis di pertengahan karir. Karyawan yang produktif akan memikul peran staf senior atau manajemen

³⁵Simamora, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN, 2004), hal.416

puncak. Agar tetap produktif dan menyiapkan diri untuk pensiun yang efektif.

4. **Bentuk-Bentuk Pengembangan Karir**

Pengembangan karir adalah suatu proses yang dilakukan dengan bertahap. pola pengembangan karir tergantung pada jalur yang telah dibuat oleh organisasi. Perusahaan akan menentukan suatu jalur karir tergantung pada kebutuhan dan situasi perusahaan itu sendiri, dan umumnya usahawan sering melakukan proses pengembangan bisa melalui pendidikan dan pelatihan, promosi serta situasi.

- a. Pendidikan dan pelatihan dilakukan adalah perusahaan untuk memperbaiki dan mengembangkan kepribadian, keterampilan, dan menambah pengetahuan bagi anggota.
- b. Promosi suatu bentuk motivasi yang diberikan perusahaan untuk perubahan posisi atau jabatan dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, perubahan akan diikuti dengan bertambahnya tanggung jawab, hak, serta status sosial seseorang.
- c. Mutasi merupakan proses kegiatan yang dapat mengembangkan karir atau setatus seseorang di dalam suatu organisasi.

5. **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Karir**

Gouzali Saydam menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan karir seorang yaitu³⁶:

- a. Kebijakan perusahaan
Peraturan mempengaruhi pengembangan karir yang dibuat oleh perusahaan, dengan menutup kesempatan bagi karyawan untuk berkembang dalam perusahaan.

³⁶Depri Egota, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Karir Karyawan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pekanbaru*, Administrasi Bisnis Universitas Riau, FISIP Volume 2 No. 1, Februari 2015, hal.2

b. Latar belakang pendidikan

Merupakan suatu acuan untuk meningkatkan karir seseorang. dengan pelatihan yang dapat diperoleh sepanjang karirnya, agar membantu peningkatan karirnya dimasa mendatang dan menambah kemampuan karyawan.

c. Pelatihan

Kegiatan untuk menambah kemampuan diri,serta ilmu pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan karir dimasa mendatang.

d. Pengalaman kerja

Bagian penting yang menjadi tolak ukur manajemen dalam melakukan pengembangan karir.

e. Kesetiaan pada organisasi

Waktu atau masa kerja yang dihabiskan karyawan adaah bentuk kloyalitas (dedikasi), yang menjadi salah satu faktor untuk melakukan pengembangan karir.

f. Keluwesan bergaul dan hubungan antar manusia

Merupakan kebutuhan akan perasaan seseorang untuk dihormati dan menghormati sesamanya dengan mencerminkan lingkungan yang aman, nyaman dan tentram

Dari banyaknya faktor-faktor yang dapat mempegaruhi dalam pengembangan karir seseorang juga di jelaskan Rivai sebagai berikut:

a. Prestasi Kerja

Dalam mengembangkan karir seseorang faktor yang paling penting dibutuhkan ialah prestasi kerja sehingga dapat meningkatkan karir. Kemajuan karir bergantung pada prestasi kerja yang baik. karir.

b. Eksposur

Manajer atau atasan memperoleh pengenalan ini terutama melalui kinerja, dan prestasi karyawan, laporan tertulis, presentasi lisan, pekerjaan komite dan jam-jam yang dihabiskan.

c. Jaringan Kerja

Jaringan berarti perolehan eksposur di luar perusahaan. Mencakup kontak pribadi dan professional. Jaringan kerja dapat berbentuk sebagai *tem work*. Jaringan tersebut akan bermanfaat bagi karyawan terutama dalam pengembangan karirnya.

d. Kesetiaan Terhadap Organisasi

Dalam mengikuti organisasi di butuhkan loyalitas, Karyawan yang memiliki loyalitas tinggi lebih diprioritaskan dalam pengembangan karirnya.

e. Pembimbing dan Sponsor

Pembimbing ialah orang yang memberikan arahan kepada seseorang untuk menciptakan kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan kariernya.

f. Peluang Untuk Tumbuh

Perusahaan seharusnya memberikan kesempatan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuannya, melalui pelatihan, kursus dan melanjutkan pendidikannya. Hal ini menjadi kesempatan bagi karyawan untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan rencana kariernya.

6. Tujuan Pengembangan Karir

Secara umum yang menjadi tujuan dari program pengembangan karir ialah untuk menyesuaikan antara kebutuhan dan tujuan. karir yang dirancang secara baik akan membantu di dalam menentukan kebutuhan karir mereka sendiri dan menyesuaikan antara kebutuhan dengan tujuan perusahaan.³⁷ Dalam pengembangan karir harus memiliki Indikator sebagai cara untuk mengukur karir dalam sebuah organisasi, yaitu :

- a. Meningkatkan kemampuan yaitu segala sesuatu yang menunjukkan kapasitas fisik maupun mental dari seseorang pegawai dan menurut Mathis pengembangan merupakan usaha-usaha untuk meningkatkan

³⁷ Vietzal Rivai, *Manajemen Sumberdaya Untuk Perusahaan (Dari Teori Dan Praktik)*, Edisi 3, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hal. 291.

kemampuan usahawan di dalam menangani berbagai penugasan yang juga menentukan prestasi kerja/kinerja.

- b. Kepuasan kerja suatu sikap terpenuhinya keinginan dan kebutuhan melalui kegiatan kerja atau bekerja. kepuasan kerja bisa dinilai kompensasi.
- c. Sikap dan perilaku, Setiap usahawan harus mempelajari dan memiliki nilai-nilai kompetitif yang relatif kuat untuk mencapai sukses karir. Nilai-nilai itu diantaranya ada yang bersifat teoritis, ekonomis, estetis, sosial, politis dan relegius yang perlu dijadikan pedoman bagi sikap usahawan terhadap pekerjaannya sehari-hari.

E. Multi level Marketing

Multi level marketing adalah system pemasaran modern yang saat ini banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempermudah dalam melakukan penjualan produk. Dengan cara melakukan penjualan secara langsung sehingga secara biaya jales mempengaruhi, karna tidak memiliki biaya promosi. Yang ybiasa menjadi pemasarnya ialah membernya. Belakangan ini multilevel menjadi bisnis yang sangat terkenal bahkan sampai di Indonesia dan berkembang sangat pesat. Dalam istilah multi level ada istilah anggota atau member yang berperan sebagai pemasar. Dengan mengajar orang lain untuk bergabung dalam perusahaan tersebut, dengan berbagai komisi yang menggiurkan.

Banyak ilmuan yang mendefenisikan tentang multilevel marketing Clothier menjelaskan tentang hal tersebut yaitu suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya. Sependapat dengan defenisi diatas yang juga menjlaskan bahwa multi level marketing system penjualan yang dilakukan perusahaan dengan cara melakukan penjualan produk-produk secara langung kepada konsumen yang sudah terdaftar sebagai member. Perusahaan juga memberikan kesempatan kepada anggota

untuk menjadi pemasar.³⁸ Konsep penyaluran sekaligus tenaga pemasar (produk atau jasa) yang memberi kesempatan kepada konsumen untuk terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan dalam garis kemitraan. Multilevel marketing adalah sebuah metode pemasaran barang berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukan sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya.

Adapun yang menjadi ciri-ciri perusahaan menggunakan system multilevel marketing ialah :

- a. Bisnis ini memberikan kesempatan dan peluang bagi setiap anggota yang mau berhasil dan berkembang dan memiliki karir.
- b. Anggota akan memiliki keuntungan sepenuhnya sesuai kinerja yang dilakukan dalam pengembangan.
- c. Untuk menjadi anggota harus melakukan pendaftaran dengan biaya yang tidak terlalu mahal.
- d. Memiliki bonus atau komisi yang sesuai dengan level yang diduduki , jika member dapat melakukan penjualan produk/jasa sesuai target. Bonus tidak hanya bersifat financial tetapi bisa berbentuk barang dan sebagainya.
- e. Selalu ada pembinaan untuk para member, sebagai pelatihan yang dilakukan secara berkesinambungan.
- f. Dalam system multilevel marketing sosialisasi produk menjadi hal yang sangat penting disampaikan kepada konsumen
- g. Pembagian komisi atau bonus biasanya dilakukan dalam periode tertentu seperti halnya sebuah sekali.³⁹

F. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini digunakan beberapa penelitian yang relevan sebagai perbandingan serta mengetahui gambaran untuk melakukan kegiatan penelitian.

³⁸ Sofyan Jauhari, *MLM Syariah: buku wajib wirausaha muslim praktis mlm syariah*, (Jakarta: Muzzadi Press, 2013), hal 143

³⁹ Andreas harefa, *Multi Level Marketing*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,1999), hal 19

penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. sekaligus Serta bermanfaat sebagai rujukan ilmiah, dengan klasifikasi dari beberapa jurnal nasional.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil Penelitian
1	<i>Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut Berbasis Kemitraan Di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar</i> <i>Jurnal oleh Deni Kamaludin Yusup, Ayi Yunus Rusyana, Irna Fitrianiingsih</i> <i>Program Studi FSH UIN Sunan Gunung Djati Bandung</i>	Pemasaran gula semut dan pendapatan hasil usaha mereka kurang optimal, sehingga belum mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Padahal desa binangun ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan.
2	<i>Pemberdayaan kelompok masyarakat perajin bambu di desa sirkandi purwareja klampok banjar negara</i> <i>(Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Volume 2 NO. 2 September 2018 Sarno)</i>	Peningkatan pengetahuan UMKM tentang pemanfaatan potensi bambu sebagai bahan kerajinan, keterampilan, UMKM meningkat melalui kegiatan pelatihan keterampilan penerapan strategi diversifikasi dan pemasaran produk, diversifikasi produk kerajinan bambu yang dihasilkan oleh UMKM berupa produk tampah bambu, dan penerapan standarisasi pada tahapan produksi
3	<i>Model Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kemandirian Untuk Mewujudkan Ketahanan Ekonomi Dan Ketahanan Pangan (Strategi Pemberdayaan Ekonomi pada</i>	Tersusunnya program dan kegiatan strategi (strategic plan) secara integral dan komprehensif dalam rangka meningkatkan pemberdayaan ekonomi dan ketahanan pangan

	<p>masyarakat dieng di propinsi jawa tengah)</p> <p>(Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 8, No. 2 Oleh, Nano Prawato)</p>	masyarakat Dieng.
4	<p>Pengelolaan dan pengembangan sumberdaya manusia pada pt. Aneka sejahtera engineering.</p> <p>Jurnal Manajemen Bisnis Petra Vol. 1, No. 2, (2013) Eric Alamzah Limawandoyo dan Augustinus Simanjutak Program Manajemen, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya E-mail: eric_08224@yahoo.com ; augusssm@peter.petra.ac.id</p>	<p>bahwa dalam menjalankan usahanya PT.Aneka Sejahtera Engineering sudah menjalankan fungsi manajemen di setiap fungsi bisnis yang ada di perusahaan. Kemudian dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal sebagai acuan dalam menyusun rencana pengembangan bisnis. Strategi yang direkomendasikan untuk PT.Aneka Sejahtera Engineering adalah menggunakan strategi model rekanan bisnis untuk rencana pengelolaan dan pengembangan sumberdaya manusia</p>
5	<p>Manajemen Sumberdaya Manusia Dan Mutu Modal Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Islam</p> <p>Parmujianto (STAI Al-Yasini Pasuruan, parmujiantotaslim@yahoo.co.id) Et-Tijarie/ Volume 4, Nomor 1, Januari 2017</p>	<p>untuk mengingatkan bahwa dalam islam dikenal adanya konsep Insan Kamil, atau manusia seutuhnya. Amanah yang dipegang seorang manajer SDI selain meningkatkan produktifitas karyawan untuk mencapai laba perusahaan yang maksimal juga mengantarkan karyawan melalui pekerjaannya menuju makom insan kamil yang diridhoi Allah SWT. Pandangan Bisnis Syari'ah terhadap Sumberdaya Manusia (Insani) bahwa Abdullah (hamba Allah) dan Kholifah. Mutu Modal Manusia (insani) terdiri dari kemampuan,</p>

		keahlian, pengetahuan, nutrisi, harapan hidup, keahlian, dan sikap (Attitude), dari seseorang (pekerja)
6	<p><i>Prinsip Syariah Dalam Manajemen Sumberdaya Manusia (Studi Atas Implementasi Manajemen Sumberdaya Manusia Umkm Di Kudus)</i></p> <p><i>Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2, Agustus 2016. Muhamad Mustaqim STAIN Kudus muhamadmustaqim10@gmail.com</i></p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa prinsip syariah secara umum digunakan dalam pengelolaan SDM, seperti prinsip keadilan, kompetensi, amanah dan tanggung jawab sosial. Meskipun pengelolaan SDM masih sangat sederhana dan informal. Rekrutmen dan seleksi menggunakan prinsip kompetensi dan keahlian. Pemberian kompensasi mempertimbangkan metode dan analisis pekerjaan, dengan memegang prinsip keadilan dan pemberian hak sesuai pekerjaan. Selain itu, diberikan kompensasi tidak langsung berupa tunjangan, fasilitas kerja dan rekreasi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan prinsip syariah bisa dilakukan dalam implementasi manajemen pada lembaga bisnis yang tidak berlabel Islam atau syariah.</p>
7	<p><i>Islam Dan Manajemen Sumberdaya Manusia Yang Berkualitas</i></p> <p><i>http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ir Djaelany Haluty Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo</i></p>	<p>Potensi-potensi yang diberikan kepada manusia pada dasarnya merupakan petunjuk (hidayah) Allah yang diperuntukkan bagi manusia supaya ia dapat melakukan sikap hidup yang serasi dengan hakekat penciptaannya. Dalam Islam pengelolaan sumberdaya manusia mengacu pada apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW didasarkan pada konsep Islam mengenai manusia itu sendiri. Konsep Pertama: Manusia diciptakan untuk beribadah kepada Tuhan.</p>

		Oleh karena itu segala kegiatan manusia harus merupakan bentuk ibadah. Konsep kedua: Manusia adalah khalifatullah fil ardhli
8	<p><i>Multi Level Marketing(Mlm) Dalam Perspektif Hukum Islam</i></p> <p>Oleh : moh. Bahrudin Asas, vol.3, no.1, januari 2011</p>	Hukum islam sangat memahami dan menyadari karakteristik muamalah dan bahwa perkembangan sistem serta budaya bisnis akan selalu berubah secara dinamis. Oleh karena itu berdasarkan kaedah fiqh di atas, maka terlihat bahwa islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Artinya, apabila kita ingin mengembangkan bisnis melalui model mlm, maka harus terbebas dari unsur-unsur maghrib. Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah.
9	<p><i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Stie Mikroskil Dalam Keikutsertaan Bisnis Multi Level Marketing Hanny Siagian STIE MIKROSKIL email: hanny@mikroskil.ac.id</i></p>	Hasil penelitian yang telah dilakukan secara simultan modal yang kecil, waktu yang fleksibel, tidak membutuhkan pengalaman dan dapat menentukan penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa pada STIE Mikroskil. Secara parsial modal yang kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Secara parsial waktu yang fleksibel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan mahasiswa. Secara parsial

		tidak membutuhkan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Secara parsial dapat menentukan penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa dengan dapat menentukan penghasilan memberikan dampak positif pada peningkatan keputusan mahasiswa.
10	<p><i>Gaya Komunikasi Distributor Multi Level Marketing (Mlm) Tiens Dalam Meningkatkan Minat Gabung Prospek Pada Mahasiswa Unsyiah</i></p> <p><i>Arief Munandar, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si 1)Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menarik minat gabung prospek para distributor menggunakan dua gaya komunikasi yaitu gaya komunikasi satu arah (The Controlling Style) dan gaya komunikasi dua arah (The Equalitarian Style). Gaya komunikasi satu arah dinilai efektif dilakukan agar pesanya yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan seutuhnya oleh komunikan. Komunikasi dua arah sangat efektif digunakan karena dapat menciptakan persepsi yang selaras sehingga tercapainya tujuan dari komunikator. Adapun gaya komunikasi tersebut mengacu pada gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Tubbs dan Moss.</p>
11	<p><i>Pengaruh Dimensi Locus Of Control terhadap Prestasi Kerja Remaja yang Bekerja di Multi-Level Marketing (MLM) di Bali</i></p> <p><i>Jurnal Psikologi Udayana 2018, Vol.5, No.2, 496-517</i></p> <p><i>Ni Made Puspitasari dan Komang Rahayu Indrawati Program Studi</i></p>	<p>Locus of control merupakan keyakinan seseorang terhadap penyebab peristiwa-peristiwa yang terjadi di hidupnya. Locus of control berperan dalam menentukan prestasi kerja anggota MLM. Salah satu cara untuk meningkatkan prestasi kerja anggota MLM</p>

	<p><i>Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana puspitarimade@gmail.com</i></p>	<p>adalah dengan meningkatkan locus of control dalam diri remaja yang bekerja di perusahaan MLM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara locus of control dengan prestasi kerja remaja yang bekerja di perusahaan MLM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan koefisien regresi internal sebesar 11,619, powerfull other sebesar -14,210 dan chance sebesar -12,316. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan antara dimensi locus of control terhadap prestasi kerja</p>
12	<p><i>Pengembangan Karir Pada Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Distributor Oriflime Di Kota Denpasar</i></p> <p><i>Jurnal Vol 4 NO 2, September 2014 Lu Ladek Budi Martini, Putu Kepmareni Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar</i></p>	<p>Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kreativitas, Inovatif, Keberanian, Harga, dan Promosi Pengembangan Karir diperoleh persamaan regresi Multiple $Y = 0,348 + 0,651 X_1 + 0,013 X_2 + 0,267 X_3$. Tampak bahwa koefisien regresi Kreativitas, Inovatif, Keberanian masing-masing bertanda positif. Artinya peningkatan Kreativitas, Inovatif, Keberanian meningkatkan Pengembangan Karir, sedangkan analisis sendiri dapat disimpulkan bahwa (a) Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kreativitas untuk Pengembangan Karir sebesar 16,65% koefisien determinasi, (b) Terdapat pola pengaruh Inovatif tidak signifikan positif untuk Pengembangan Karir untuk koefisien determinasi 0,02%, (c) Terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap Pola Keberanian</p>

		<p>Pengembangan Karir untuk koefisien determinasi 4,8%, dan (d) Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kreativitas, Pengembangan Karir dan Inovatif untuk Keberanian dengan koefisien determinasi sebesar 16,65%, dan (3) Kreativitas berpengaruh dominan dibandingkan pengaruh Kreativitas, Inovatif, Keberanian terhadap Pengembangan Karir.</p>
13	<p><i>Pengaruh Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Pengembangan Karir Pada Distributor Multi Level Marketing di Pt. Treni Badung</i></p> <p><i>Jurnal SINTESA STIE SEBELAS APRIL Vol 7 No 2 2017</i> <i>Dede Jajang, Siti S</i> <i>STIE Sebelas April Sumedang</i></p>	<p>Jiwa kewirausahaan mencapai Skor rata-rata 4,23. Rata-rata skor tersebut sesuai dengan tabel kriteria penafsiran termasuk kategori sangat baik. Motivasi mencapai skor rata-rata 4,18. Rata-rata skor tersebut sesuai dengan tabel kriteria penafsiran termasuk kategori baik. Pengembangan Karir mencapai Skor 4,03. Rata-rata skor tersebut sesuai dengan tabel kriteria Penafsiran termasuk kategori baik. Jiwa Kewirausahaan (X1) mempunyai pengaruh langsung terhadap Pengembangan karir sebesar 0,36%, dan pengaruh tidak langsung melalui motivasi sebesar 1,5% sehingga total pengaruhnya sebesar 1,86%. Variabel Motivasi (X2) mempunyai pengaruh langsung terhadap Pengembangan karir sebesar 58,98%, dan pengaruh tidak langsung melalui hubungannya dengan Jiwa Kewirausahaan sebesar 1,5% sehingga total pengaruhnya</p>

		<p>sebesar 60,48%. Secara simultan pengaruh Jiwa Kewirausahaan (X1) dan Motivasi (X2) terhadap pengembangan karir (Y) sebesar 62,4 %. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,6 % merupakan faktor lain yang mempengaruhi variabel Pengembangan Karir. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Jiwa Kewirausahaan dan Motivasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Pengembangan Karir pada Distributor MLM di PT TRENI Bandung.</p>
14	<p><i>Pengaruh Faktor Internal Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu (Studi Pada Distributor Multi Level Marketing PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Dengan Produk Ginseng Coffe Di Siborongborong Tapanuli Utara)</i></p> <p>Jurnal Agriprimatech Vol. 1 No. 2, April 2018 ROY SAHPUTRA SARAGIH1 Politeknik Bisnis Indonesia Murni Sadar Email : roysahputra31@yahoo.com</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (Faktor Internal Wirausaha: kreatif, inovatif dan berani) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel terikat (pengembangan karir individu), Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan program SPSS diperoleh hasil $Y = 0,316 X1 + 0,343 X2 + 0,222 X3$. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,57 atau 57%</p>

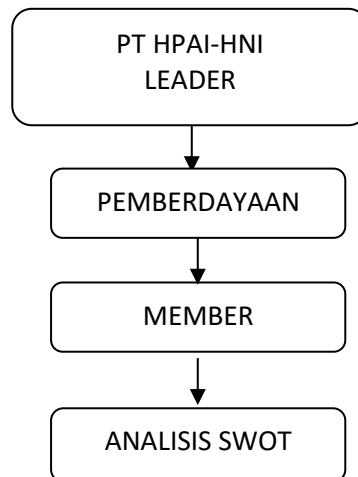
Penelitian diatas adalah penelitian terdahulu tentang tema yang bersamaan baik itu pemberdayaan, multilevel, karir, tetapi tidak ada yang memiliki kesamaan variable atau jualan penelitian. Untuk itu peneliti mengambil penelitian sebagai

pembandingan. Adapun perbedaan yang saya tuangkan dalam penelitaian dari beberapa penelitian terdahulu diatas ialah, bahwa penelitian ini akan menguraikan bagaimana analisis pemberdayaan sumberdaya manusia (member) dalam meningkatkan karir di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.

G. Kerangka Berpikir

PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). Merupakan suatu bisnis dengan sistem Multi Level Marketing (MLM) yang sudah memiliki ±1000 member khususnya di Kota Medan. Tepatnya 534 *member* yang terdapat di salah satu Bussines Center (BC) 9 Kelurahan Sudirejo Satu. Dalam hal ini peneliti melihat dan berasumsi *pertma* dengan banyaknya member yang dimiliki, tetapi jumlah *member* pasif 312 lebih besar dari *member* aktif 222, maka kurang efesiennya Karir *member* menjadi masalah. Untuk itu penulis meneliti bagaimanakah pemberdayaan yang dilakukan oleh pimpinan (leader) Bussines Center (BC) 9 Dalam Meningkatkan pengembangan karir *member*. *Kedua*, apakah kendala yang dihadapi pimpinan (leader) Bussines Center (BC) 9 dalam meningkatkan pengembangan karir *member*. *Ketiga*, menganalisis dengan SWOT untuk mengetahui, peluang dan ancaman yang dihadapi pimpinan (leader) Bussines Center (BC) 9 Dalam Meningkatkan pengembangan karir *member*. Penulis melihat penelitian ini perlu dilakukan karena untuk membantu membangun percaya masyarakat dengan adanya multilevel syariah yang bisa membantu masyarakat yang ingin memiki penghasilan tambahan. Serta mengedukasi tentang multilevel syariah dan produk produk syariah, untuk mengetahui bagaimana pemberdayaan yang dilakukan pimpinan (*leader*) Bussines Center (BC) 9 Dalam Meningkatkan pengembangan karir *member*, dan juga guna memberikan informasi seberapa besar peluang PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Untuk dijalankan sebagai bisnis yang menjanjikan. Untuk mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi baik pimpinan (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center (BC) 9 Medan dalam Meningkatkan pengembangan karir *member*. untuk itu peneliti melakukan penelitian ini. Adapun metode yang di guanakn dalam penelitaian ini ialah metode deskriptif

dengan menggunakan metode analisis SWOT. Adapun gambaran kerangka berpikir yang bisa diuraikan seperti dibawah ini :



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis dari penelitian ini ialah lapangan yang artinya semua data dan informasi yang diperoleh berasal dari lapangan. Penelitian ini terfokus pada cara pengungkapan suatu masalah yang diteliti. Dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi, dalam penulisan ilmiah yang dilakukan berbagai metode¹ penelitian kualitatif bergantung pada pengamatan manusia, bermakna bahwa data-data yang dihasilkan bersumber dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini ialah untuk menjelaskan secara deskriptif dengan menyajikan dan menganalisis fakta-fakta secara sistematis. Penelitian ini merupakan penelitian *mix methods*, yang satu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. *Mix method* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antar dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif, dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan di peroleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable dan objektif.²

Pendekatan *mix methods* di perlukan untuk menjawab rumusan masalah yang terangkum dalam bab 1 dengan rumusan masalah yang pertama menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan yang kedua dan ketiga menggunakan pendekatan analisis SWOT. Hal ini digunakan untuk lebih memperjelas pemahaman akan masalah dan solusi yang akan diberikan. Alasan pertama penelitian kualitatif menurut penulis lebih bisa menggambarkan secara langsung pendapat dari objek mengenai kajian yang sedang diteliti. maka penulis akan menyajikan data-data dalam bentuk uraian kata-kata, sesuai dengan hasil wawancara yang didapatkan dari nara sumber. Alasan lainnya yang bisa penulis cantumkan di sini, dikarenakan memudahkan penulis untuk mengolah data. maka

¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989), hal.5

²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011, hal 18

menurut hemat penulis penelitian kualitatif adalah lebih cocok untuk penelitian tesis ini.

B. Lokasi dan Waktu

Dengan melakukan penelitian dengan jenis lapangan maka dibutuhkan keterangan lokasi dan waktu untuk keakuratan data yang akan diteliti.

1. Lokasi penelitian

Tempat atau daerah yang akan dijadikan sebagai penelitian adalah PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Bussines Center 9. Jl. Air Bersih, Kel. Sudirejo I Kec. Medan kota Provinsi Sumatra utara.

2. Waktu penelitian, dalam melakukan penelitian dibuhkan waktu untuk mengetahui batas akuratan data yang akan diteliti. penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Desember 2019 s/d bulan Otober 2020.

C. Responden Penelitian

Responden ialah sumber informasi yang memberikan data melalui hasil wawancara atau angket. responden merupakan pelaku yang terlibat langsung dalam situasi yang ingin di teliti. Yang menjadi responden dalam penelitian ini ialah pimpianan serta para *member* yang bergabung, Saat ini data yang diperoleh bahwa jumlah *member* di PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) *Bussines Center* (BC9). Jl. Air Bersih, Kel. Sudirejo I Kec. Medan kota Provinsi Sumatra utara sebanyak 534 *Member*.

Dengan menggunakan purposive sampling maka responden yang terpilih adalah 10 responden yang sudah bergabung menjadi *member* dengan klasifiuksi lama bekerja 5 *member*, dan member dengan klasifikasi pendidikan 5 *member*. Berikut merupakan kriteria responden yang akan diteliti dalam penelitian ini. sudah bergabung menjadi *member* selama 1-3 tahun 5 *member*, dan *member* yang berpendidika SMA 3 *memeber*, berpindikan S1, 2 *member*.

D. Sumber Data

Sumber data terbagi kedalam 2 (dua) bagian yaitu:

1. Data Primer

Data yang sangat penting dan paling berpengaruh pada penelitian. Yang langsung diperoleh dari obyek yang akan diteliti (Responden). yang menjadi sumber primer tersebut adalah hasil wawancara langsung penulis dengan:

- 1). Pimpinan *Bussines Center* (BC9) PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)
- 2). Para Member HPAI. (data pendukung)

2. Data Sekunder

Data yang berwujud dokumen atau data lapangan yang telah tersedia di perusahaan.¹ Data didapat dari tempat yang di teliti, baik itu di perusahaan, lembaga atau institusi tertentu. Seperti sejarah perusahaan, data para member yang menjadi bagian dari perusahaan. Serta literatur lainnya yang bisa menjadi penunjang untuk memperkaya isi dari tulisan ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dibutuhkan teknik untuk mengumpulkan informasi dari sumber data yang bertujuan untuk mempermudah penyusunan dalam penelitian. Maka Cara yang dilakukan sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Proses tanya jawab yang dilakukan dengan satu arah. Dalam proses wawancara, penulis telah mempersiapkan terlebih dahulu materi pertanyaan yang akan ditanyakan kepada objek peneliti. Dengan menggunakan teknik yang terstruktur serta dapat dilakukan secara tatap muka (*face to face*) maupun menggunakan telpon.²

¹Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal. 91

²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 138

2. Observasi

Menurut Ahmad Tanzeh³, observasi adalah cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati atau mengobservasi objek penelitian atau fenomena baik berupa manusia, benda mati, kegiatan dan alam

3. Studi Dokumen

mengumpulkan bahan-bahan penunjang berbentuk gambar, foto literatur perusahaan.

F. Penjamin Keabsahan Data

Adalah merupakan suatu tuntutan akademis, agar setiap penelitian yang dilakukan adalah suatu hal yang objektif, sistematis, jujur, dan juga berkemanfaatan bagi orang lain. Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan mempunyai kebenaran sesuai dengan metode dalam penelitian, akan tetapi untuk membuat penelitian itu lebih terukur dan mempunyai barometer keabsahan dan kevalidan data yang diteliti, menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadikan standar penelitian

G. Defenisi Operasional

Istilah-istilah dengan kriteria spesifik yang berguna untuk pengujian atau pengukuran. Penterjemahan dimensi-dimensi variabel-variabel operasional dengan konsep penelitian. Berikut operasional dan indikator variabel penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Pemberdayaan	Wewenang untuk membuat keputusan dalam suatu area kegiatan operasi ketentutan pahasus memperoleh pengesahan orang lain.	a. Keinginan b. Penghargaan c. Motivasi d. Tanggungjawab e. Komunikasi	Analisis SWOT
Sumberdaya Manusia	Suatu kegiatan mengatur hubungan kerja dan juga peran individu atau sumber	a. Tugas kerja b. Kuantitas kerja c. Ketepatan waktu d. Efektifitas biaya	Analisis SWOT

³ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal.87

	data manusia di dalam sebuah perusahaan secara efektif dan juga efisien dengan tujuan agar tercapainya tujuan bersama dari perusahaan dan juga karyawan sebagaimana yang telah disepakati sebelumnya.		
Karir	Evaluasi terhadap perilaku dan potensi pengembangan yang dilakukan pegawai berdasarkan proses mengestimasi dan menentukan nilai keberhasilan pelaksanaan tugas para pegawai serta membandingkan realisasinya dengan standar yang dicapai oleh pegawai yang dilaksanakan oleh manajer terhadap bawahannya dan menentukan kebijakan selanjutnya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas kerja b. Pengetahuan c. Penyesuaian pekerjaan d. Hubungan kerja 	Analisis SWOT

H. Teknik Analisis Data

Proses menyusun dan menganalisis secara sistematis data yang diperoleh, maka dibutuhkan teknik yang bertujuan menghasilkan penelitian baik. Analisis data yang digunakan ialah teknik analisis SWOT yang berfungsi untuk mendeteksi faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Sehingga menghasilkan perencanaan strategis untuk mengevaluasi.

Menganalisis menggunakan SWOT untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang akan dihadapi dalam rangka meningkatkan daya saing. Maka berdasarkan hasil SWOT akan diperoleh alternatif-alternatif kebijakan terpilih. Dalam teknik analisis SWOT data yang digunakan berasal dari data primer dan

data sekunder. Dengan menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih, terdapat beberapa tahap yang harus dilakukan berikut⁴ :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal
2. Penyusunan kuesioner
3. Penentuan responden dan pengisian kuesioner
4. Analisis Data.

Data-data yang Penulis peroleh seperti keterangan fakta-fakta serta informasi dari responden baik lisan maupun tertulis. Kemudian data-data tersebut dikumpulkan lalu hubungkan dengan teori-teori serta peraturan yang ada. Lalu melakukan penyusunan secara sistematis dan logis sesuai penelitian kualitatif. Serta melakukan pengolahan data dengan analisis SWOT. kemudian mencari solusi pada masalah tersebut dan akhirnya membuat kesimpulan untuk menentukan hasil akhir dari penelitian.

SWOT merupakan alat analisis untuk mengetahui strategi yang dibutuhkan perusahaan dengan menggunakan internal perusahaan, kekuatan dan kelemahan, maupun eksternal perusahaan mencakup peluang dan ancaman. SWOT berguna membantu perusahaan untuk menganalisis cara sistematis faktor mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, dalam mengidentifikasi masalah yang timbul di perusahaan, butuh beberapa pertimbangan dalam mengambil keputusan antara lain dengan melihat peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan. kemudian melakukan analisa mengenai :

1. Peluang (Opportunity)

Keadaan yang menguntungkan bagi perusahaan, situasi ini terjadi dalam lingkungan perusahaan atau lembaga. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

2. Ancaman (Threat)

Ancaman ialah keadaan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan baik di masa sekarang atau diakan datang. Ancaman bisa berupa banyaknya pesaing baru,

⁴Donal Hutasoit, *Strategi Pengelolaan Taman Nasional Kerinci Seblat dalam Rangka Mengurangi Laju kerusakan Hutan*, (Jakarta: Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), hal. 20

lambatnya pertumbuhan pasar, perubahan teknologi. Dengan mengerti akan adanya ancaman yang akan terjadi maka dapat membantu para manajer untuk mengidentifikasi alternatif pilihan strategi yang realistis dan efektif bagi perusahaan

3. Kekuatan (Strength)

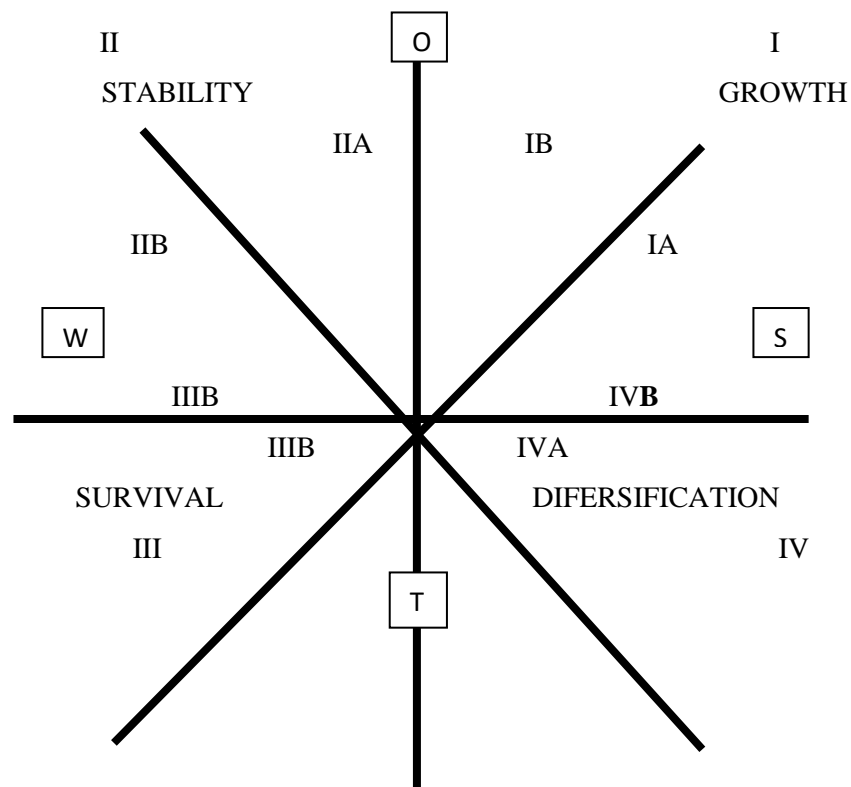
Kekutan adalah sumberdaya, keterampilan, produk yang menjadi keunggulan perusahaan. serta keunggulan lain terhadap pesaing yang kebutuhan pasar. Kekuatan bisa terkandung dalam sumberdaya keuangan, citra perusahaan, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor lainnya.

4. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan keterbatasan atau kekurangan yang ada di dalam perusahaan baik itu sumberdaya, keterampilan dan menghambat kinerja perusahaan. kelemahan bisa berasal dari fasilitas seperti, sumberdaya keuang, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek. jika dapat mengetahui kelemahan, maka dapat dipastikan kita akan bisa memenangkan pertempuran.⁵

Analisis swot tidak hanya digunakan untuk mengetahui ancaman, melainkan juga digunakan untuk perencanaan penyusunan strategi bisnis yang berjangka panjang, sehingga jelas arah dan tujuan perusahaan serta segera diambil keputusan. Dapat dijelaskan bahwa membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) yang menghasilkan pilihan strategi sebagaimana gambar di bawah ini

⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 23



Gambar 3.1 Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT

1. Posisi kuadran I

Posisi ini menjelaskan tentang sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang. Yang menjadi landasan kebijakan dalam posisi pertumbuhan strategy dan arah kebijakan dapat dibedakan dengan melihat posisi sub kuadrannya. Jika posisi kuadran I A, yang artinya peran pertumbuhan dikerjakan dengan cepat (Rapid Growth), sedangkan pada posisi I B, maka pertumbuhan dilaksanakan dengan cara bertahap sesuai skala prioritas. Sehingga kebijakan yang tepat untuk dilakukan dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan peluang yang ada.

2. Posisi Kuadran II

Pada posisi kuadran II A dengan memilih kebijakan untuk mempertahankan secara cepat agresif (Agresive Maintenance), dengan menjaga stabilitas kegiatan yang telah ada dan telah berlangsung. Kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran. Jika berada pada situasi kuadran II B maka kebijakannya

yang diambil mempertahankan peran secara selektif (Selective Maintenance Strategy). Mempertahankan peran yang telah ada dan berlangsung saat ini secara agresif atau selektif di dalam melaksanakan program kerja menjadi kebiakan yang terpilih.

3. Posisi Kuadran III

Kuadran III A menelaskan keadaan negatif pada faktor eksternal dan faktor internal, bahwa posisi yang sedang dihadapi dalam kondisi lemah, karena kekuatan atau keunggulan internal cenderung lebih kecil jika dibandingkan dengan banyaknya kelemahan dan ancaman dari luar. Maka arah kebijakan yang perlu ditempuh adalah bertahan untuk hidup (Survival) dengan tetap melaksanakan kegiatan dengan atumeran yang ada dan berusaha menghindari dari kebijakan yang tidak populer dimata costumers, sambil megerjakan pembenahan internal dan mencari peluang (Guerilla Strategy) yang memungkinkan untuk perbaikan atas kelemahan-kelemahan internal yang ada (Kuadran III B).

4. Posisi pada kuadran IV

Adalah posisis dengan faktor eksternal negatif tetapi faktor internal positif, keadaan ini dapat diarti bahwa perusahaan memiliki peluang yang ada relatif lebih kecil dibandingkan besarnya ancaman. Akan tetapi di sisi internal kekuatan atau keunggulan masih relaif masih lebih besar dibanding kelemahan, sehingga kebijakan yang harus dipilih adalah melaksanakan diversifikasi yaitu strategi terkonsentrasi kepada kebijakan populer (Concetric Diversivication Strategy).

Dalam hal ini arah kebijakan tersebut dapat dilaksanakan dengan populer dan merupakan prioritas, sambil melaksanakan perbaikan internal yang masih lemah pada Kuadran IV A, arah kebijakan ini perlu dilaksanakan untuk persiapan melakukan diversifikasi secara luas ke berbagai kegiatan yang memberikan peluang perbaikan peran suatu perusahaan (Conglomerate Disverivication Sategy) kuadran IVB.⁶ Secara Ringkas Pilihan strategi-strategi diatas dapat dilihat dibawah ini:

⁶Martua Harahap, “Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Padang Sidempuan (Studi Kasus Di PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero).Tbk Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan)” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN-SU, 2014), hal. 64

Tabel 3.2 Pilihan Strategi Dalam Analisis Swot

Jenis Strategi	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
Growth	$S > O$	I A	Rapid Growth Stable
	$S < O$	I B	Growth
Survival	$W < T$	III A	Turn Around Guerilla
	$W > T$	III B	
Disverivication	$S > T$	IV B	Conglomerate
	$S < T$	IV A	Concentric
Stability	$O > W$	II A	Aggressive
	$O < W$	II B	Maintenance Selective Maintence

Sumber :Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis

Metode SWOT digunakan untuk merumuskan secara kualitatif dan holistik baik lingkungan internal maupun eksternal dari obyek yang sedang diamati. Dalam lingkup internal, analisis akan menjelaskan secara rinci aspek-aspek yang menjadi kelemahan (weakness) dan kekuatan usaha (strength). Sementara itu, dalam lingkup eksternal analisis ini akan menjelaskan secara rinci mengenai aspek.

Tabel 3.3
Matriks Analisis SWOT

(opportunity)	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO :	Strategi WO:
THREATS (T)	Menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
	Strategi ST:	Strategi WT:
	Menggunakan semua kekuatan menghindari ancaman	Menekan semua untuk kelemahan- kelemahan dan mencegah ancaman

Sumber: rangkuti, 2016

Apabila strategi dalam Gambar 3.1 dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :

1. Strategi SO (Strenghts-Opportunities), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, dengan memanfaatkan kekuatan untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada dan menjadikanya sebagai peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (Strenghts-Threats), strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan utuk menghadapi ancaman.
3. Srategi WO (Weaknesses-Opportunities), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan agar mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi ini disebut sebagai strategi balik arah.
4. Strategi WT (Weaknesses-Threats), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan. Setelah menganalisis keseluruhan variabel di atas, kemudian

faktor strategi internal dan strategi faktor eksternal dituangkan dalam diagram.

Adapun Tahapan-tahapan dilakukan dalam menganalisis strategi di atas adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data yang berasal dari observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.
- b. Mengklasifikasikan materi data digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian
- c. Mengklarifikasi materi data dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil responden.
- d. Pengeditan melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila ada kesalahan.
- e. Menyajikan data yang telah dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian secara logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Awal berdirinya PT.HNI-HPAI adalah sebagai perusahaan distribusi yang menjual produk-produknya menggunakan cara pemasaran *multi level marketing*. PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia memasarkan produk-produk herbal yang bermanfaat sebagai pengobatan. Perusahaan didirikan pada tanggal 19 Maret 2012, yang awalnya hanya sebagai perusahaan HPAI, dan saat ini PT HPAI sudah berkembang menjadi HNI-HPAI (Halal Network Indonesia). Perusahaan ini sudah memiliki izin halal dari MUI sebagai perusahaan bisnis halal *network* yang fokus pada produk-produk herbal. PT. HNI-HPAI bergerak dibidang pendistribusian produk yang berjalan sistem jaringan atau cara pemasarannya dengan teknik penjualan langsung. Sistem pemasaran ini dikenal di masyarakat sebagai MLM yang berkembang dengan menggunakan jaringan mitra usaha¹

Bisnis HNI-HPAI didukung oleh kekuatan manajemen dengan sistem *Online*, agar mempermudah akuntabilitas dan aksesibilitas bagi setiap agen dan *leader* dalam menjalankan bisnis. Perusahaan juga memberikan pelatihan keterampilan dalam bidang kesehatan yang bermanfaat alat promosi dalam melakukan demo produk. Pelatihan tersebut juga bermanfaat untuk pribadi, keluarga dan masyarakat. Bisnis ini memberikan peluang keuntungan di dunia dan juga akhirat, karena berjalan dengan sistem *multi level* berbasis syariah. Strategi pemasaran yang digunakan HPAI adalah jaringan bertingkat atau berjenjang yang dikenal sebagai *multi level*. Terdapat jalur tingkatan pendistribusian yang ada pada perusahaan HPAI yaitu :

- 1) Pabrik Produk HPAI
- 2) Kantor Pusat HPAI atau Pusat *Agency*
- 3) Kantor Cabang HPAI atau Business Center HPAI
- 4) Agenstok HPAI

¹Panduan Sukses HPAI

5) *Member* HPAI

6) Konsumen pembeli produk HPAI

Perusahaan ini dirikan untuk menjadi membuat jaringan pemasaran kebanggaan ummat dengan berlandaskan syariah keislaman. HNI-HPAI sudah memiliki layanan *online* dan *offline* yang sangat baik, sehigga sangat mempermudah *member* dalam menjalankan bisnis. Penjualan secara *online* juga dibuat perusahaan dengan disebutkan *Sales Integrated System* (HSIS). Sistem ini juga diterapkan di cabang dan seluruh agenstok. *Online store* berfungsi untuk memudahkan *member* yang tinggal dimanapun dapat membeli secara *online*. HPAI juga berperan untuk mendukung program pemerintah dengan peduli pada lingkungan yaitu dengan mengurangi pencetakan kertas. Oleh sebab itu, HNI-HPAI melakukan informasi dengan menggunakan surat elektrotik, sebagai media memberi informasi kepada member.¹

Penggunaan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai layanan *offline*, yang masuk di dalamnya adalah fungsi *Call Centre* untuk melayani konsumen agar mempermudah mencari informasi terkait produk, sehingga costemer merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan. *Sistem RCM* yang terintegrasi akan menjadi unit yang terbesar berfokus pada memberikan layanan kepada konsumen. Dalam pelayanan logistik, HPAI sudah menerapkan *Same-Day Service* (SDS) dan *Next-Day Service* untuk beberapa wilayah.

HNI-HPAI berjalan dengan pengawasan Dewan Syariah yang selalu aktif mengawasi, mengevaluasi dan memberi saran serta nasihat untuk menjaga Bisnis Halal Network HPAI tetap berada dalam koridor Syariah Islam. Perusahaan HPAI dirintis dengan perjuangan panjang yang bertujuan mengenalkan produk-produk halal berkualitas serta berazaskan *thibbunabawi*, dalam rangka membumikan, memajukan dan mengatulisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpreneurship*. Dengan moto perusahaan HPAI yaitu produk halal tanggungjawab bersama. Visi, Misi Perusahaan HPAI yaitu menjadi perusahaan jaringan pemasaran terbaik kebanggaan umat dengan mengedepankan produk halal berkualitas. serta, menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat

¹Panduan Sukses HPAI

dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen. Kini telah memiliki 48 kantor cabang dan 340.000 agen di seluruh Indonesia dan akan terus bertambah.²

a. Struktur Perusahaan Pusat

Perusahaan HNI-HPAI diprakarsai oleh 18 orang muslim yang merupakan pakar bisnis sekaligus pakar herbal yaitu:³

- a) H. Agung Y, SE. Ak, M. Kom.
- b) H. Rofik Hananto, S.E.
- c) H. Muslim M. Yatim, Lc.
- d) Erwin Candra Kelana, S.T.
- e) Supriono
- f) Zulchaidir B. Firly Ramly, S.Si.
- g) Adi Suprpto, S.E.
- h) Helmi Herdianto.
- i) Wisnu Wijaya Adi Putra, S.T.
- j) Ari Maryadi.
- k) Ir. Rudi Yanto.
- l) Anton Slamet, S.T.
- m) Barjana, S. Ag.
- n) Bagus Hernowo.
- o) Sudarmadi.
- p) Amin Sugiharto, S.E.
- q) Muhammad Iwan.
- r) Syafrudin, S.Pd.

Berikut adalah susunan kepemimpinan PT. HPAI yang berpusat di Jakarta Timur:

a) Dewan Syariah:

- 1) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
- 2) Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)

²Panduan Sukses HPAI

³Panduan Sukses HPAI, *Produk Halal...*, hal. 3

3) Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

b) Dewan Komisaris:

1) H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama)

2) Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris)

c) Dewan Direksi:

1) H. Agung Yulianto, SE, AK, M. Kom (Direktur Utama)

2) H. Rofik Hananto, SE (Direktur)

3) Supriyono, ST (Direktur)

b. Lima Pilar (P.A.S.T.I)

Perusahaan HNI-HPAI memiliki 5 (Lima) pilar, yang menjadi pondasi dalam perusahaan. Pilar tersebut meliputi: Produk, Agenstok, *Support System* Teknologi, dan Integritas Manajemen (PASTI), yang sudah berdiri dan sukses terekonstruksi dengan kokoh. Pilar-pilar ini, yang insyaAllah, meadi pondasi berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh, yaitu perusahaan HNI-HPAI.⁴

a) Produk

Produk merupakan hasil benda yang berkhasiat menjadi obat yang ditawarkan PT.HNI-HPAI kepada pasar utuk dibeli dan dikonsumsi. Produk yang dihasilkan berupa produk- produk herbal berkualitas terbaik yang terbuat dari bahan-bahan alamiah, dan Ilahiyah. Perizinan dan sertifikasi halal yang diberikan MUI dapat menjadi standar kualitas produk HPAI. Hal ini dapat dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan BPOM. Serta manfaat dari produk sudah dirasakan oleh *member* HPAI. karena dalam hal pembuatan produk perusahaan tidak hanya ingin meraup *profit oriented*, namun juga memiliki tujuan-tujuan yaitu: dengan mengsung lebel *Pertama*, Halal Berkualitas. *Kedua*, Bermafaat untuk kesehatan baik sebagai obat dan suplemen sehigga dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. *Ketiga*, Tepat Guna, dengan memanfaatkan sumberdaya alam flora dan fauna yang ada di Indonesia. *Keempat*, Ekonomi Nasional dengan kehadiran perusahaan HPAI

⁴Panduan Sukses HPAI, *Produk Halal...*, hal. 3

diharapkan bisa membantu pembangunan ekonomi nasional, dengan menggandeng pengusaha kecil menengah berpartner dalam memproduksi produk herbal berkualitas.

a) Agenstok

Agenstok bisa diartikan sebagai perantara antara produsen (kantor Pusat HPAI) dengan konsumen. Agenstok bermanfaat untuk mempermudah para *member* untuk membeli dan mendapatkan produk-produk HPAI.

b) Support Sistem

PT.HNI_HPAI sudah memiliki support sistem yang baku. Dengan dukungan kerjasama CELLS (*Corporate of Executive Loyal Leaders*) agar dengan memudahkan para *member* dalam mengembangkan bisnis *multi level*. *Support System* adalah sebuah metode dengan konsep dan cara kerja *member* untuk mencapai kesuksesan dalam satu sistem kerja yang terintegrasi.

c) Teknologi

Teknologi adalah media untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan dalam memberikan informasi, pelayanan, dan transaksi yang *real time* sehingga membantu *member*, dan *stakeholder* mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama HNI-HPAI. Dengan membangun beberapa teknologi yang disebut sebagai berikut: HSIS (*HPAI Support Integrated System*) berguna mengintegrasikan transaksi *online* dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara *real time* mengenai pertumbuhan omzet, ketersediaan saldo produk, dan perkembangan jumlah agen perhari. AVO (*Agen Virtual Office*) berguna sebagai *personal page member* yang dapat digunakan oleh seluruh *member* untuk dapat mengetahui perkembangan jaringan, dan *personal statement*. dan HPAI juga menggunakan teknologi SMS *Center* yang berfungsi sebagai layanan informasi dan komunikasi pusat kepada *member*, sehingga dapat dijangkau oleh seluruh *member* yang ada di daerah.

d) Integritas Manajemen

Suatu kosep manajemen yang dibangun HPAI untuk meningkatkan profesionalitas. dengan membuat kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dipasarkan dan berusaha memberi pelayanan yang terbaik. *Profesionalisme staff*

dan karyawan yang tinggi, akan terbentuk nilai moral dan etika dalam perusahaan yang baik. Dalam Hal ini sudah mewujudkan empat nilai integritas yang dimiliki yaitu: *Kejujuran*, dengan menunjukkan sebuah perusahaan yang dalam mengembangkan strategi pemasaran selalu berkata apa adanya dan tidak melakukan kebohongan, serta bersifat terbuka. *Ketulusan* tidak adanya keterpaksaan dalam menerapkan suatu tindakan dalam strategi bisnis. *Keadilan* memperlakukan konsumen sesuai dengan haknya dan terakhir *Kepercayaan* memeberikan sesuatu keyakinan kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki.

c. Istilah-Istilah Kepangkatan (karir)

Perusahaan HPAI juga memiliki jenjang karir yang dapat dicapai dengan niat, kemauan, dan kerjakeras. Karir yang diberikan dalam bisnis ini sebagai berikut :

- a. Agen biasa (AB)..... 10% - 14% - 17%.
 Agen 10% : < 1.000 Poin.
 Agen 14% : 1.000 - < 2.000 Poin.
 Agen 17% : 2.000 - < 3.000 Poin.
- b. *Manager* (M)..... 20%.
- c. *Senior Manager* (SM)..... 23%.
 Diraih dengan memiliki 3 *Manager*.
- d. *Executive Manager* (EM)..... 26%.
 Diraih dengan memiliki 6 *Manager*.
- e. *Director* (D) 29%.
 Diraih dengan memiliki 2 *Senior Manager* dan 4 *Manager*.
- f. *Senior Director* (SD) 32%.
 Diraih dengan memiliki 4 *Senior Manager* dan 2 *Manager*.
- g. *Executive Director* (ED) 35%.
 Diraih dengan memiliki 6 *Senior Manager*.
- h. *Gold Executive Director* (GED)..... 35%.
- i. *Diamond Executive Director* (DED)..... 35%.

j. *Crown Executive Director (CED)*..... 35%.

Jenjang karir diatas sangat menjanjikan, bagi member yang bersungguh-sungguh menjalankan serta mengembangka bisnis ini.

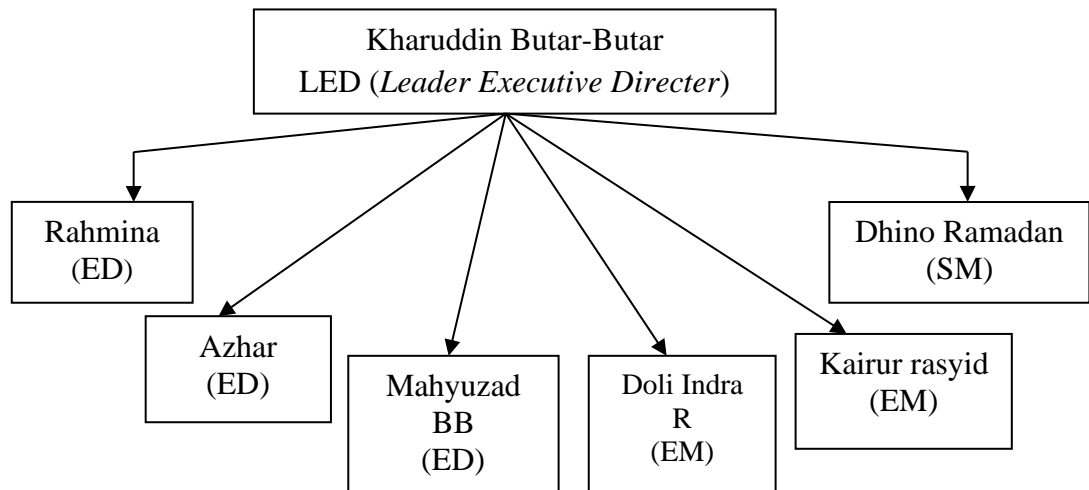
2. Profil PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

Herbal Panawar Al-wahida Indonesia (HPAI) Cabang Medan 9 JL. Air Bersih Kel. Suderejo I berdiri sejak tahun 2015. yang berawal dari Agen Biasa (AB) lalu dengan perjuangan panjang sudah naik ke level tertinggi pada Desember 2019 menjadi *Bussiner Center (BC)*.

Banyak bisnis center yang sudah terbentuk di kota Medan, oleh karena itu inilah bentuk keseriusan PT. HNI-HPAI dalam membentuk *entrefreneurship* yang jujur, adil dan terpercaya. Berdirinya perusahaan Cabang Medan 9 ini dengan ingin merealisasikan visi dan misi perusahaan HPAI., menjadi wadah perjuangan dengan penyediaan produk halal dan toyyib bagi umat Islam serta menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang lebih banyak lagi. PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan sama halnya dengan HPAI pusat karna berada dalam lingkup perusahaan.

PT.HNI-HPAI pusat memiliki sistem yang harus dilakukan mulai dari proses SC (*Stokis*), DC (*Distributor Center*), AC (*Agen Center*), BC (*Bisnis Center*) untuk mencapai level cabang terakhir yang di sebut BC (*Bisnis Center*) seorang member harus berpangkat LED (*Leader Executive Director*) dengan membuat jaringan utama sebanyak 6 ED (*Executive Director*). Addapun susunan stuktur organisasi BC (*Bisnis Center*) sebagai berikut:

a. Struktur Organisasi Bussines Center 9 Medan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

B. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari lapangan bahwa proses manajemen pemberdayaan yang dilakukan yang dilakukan di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan JL. Air Bersih Kel. Suderejo I. kepada para *member* dalam meningkatkan karir *member* sudah cukup maksimal. hanya saja masalah yang terjadi diatas tidak hanya disebabkan proses pemberayaan tetapi juga dari para *member*. Hal tersebut peneliti dapatkan dari responden, di bawah ini adalah kriteria informan dalam melakuka penelitian ini.

a) Jenis Kelamin

Kelamin terbagi menjadi dua 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data diperoleh dari persentase informan anggota (*member*) dalam penelitian ini sebagai berikut pria sebanyak 198 orang (37%), sedangkan wanita sebanyak 336 orang atau (63%). Diperjelas seperti tabel 4. berikut:

Tabel 4.1.**Jenis Kelamin Anggota (*Member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan**

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	198	37%
2.	Wanita	336	63%
Total		534	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Penjelasan menggunakan jenis kelamin untuk menunjukkan tingkat produktivitas seseorang. Bahwasanya produktivitas seseorang banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Misalnya adanya perbedaan pria dan wanita dimana pria dipengaruhi oleh faktor:

1. Cara pikir, dimana pria akan cenderung fokus pada fakta, sementara wanita lebih mengarah pada suatu konsep yang saling berhubungan.
2. Memimpin, pria lebih memiliki sifat bijaksana dan tidak terlalu rumit dalam memerintah, sedangkan wanita lebih senang diperintah dengan kata-kata yang lebih lembut serta mudah diterima.
3. Pemilahan, pria cenderung lebih dapat memilih semua hal dan lebih fleksibel, sedangkan perempuan cenderung memiliki faktor konektivitas sehingga setiap masalah akan membawa hubungan satu sama lain.
4. *Problem solving*, pola pikir laki-laki cenderung untuk segera menyelesaikan masalah daripada membicarakannya.
5. Tujuan, pria cenderung lebih menyukai hasil dan cara pencapaian hasil kerja, sedangkan perempuan menyukai proses dan penilaian dari orang lain akan hasil yang dicapai.

Tetapi dikeadaan tertentu wanita justru lebih aktif dibanding pria terutama untuk pekerjaan yang membutuhkan ketelitian dan kesabaran. Besarnya persentase pria dalam persentase diatas menunjukkan bahwa pria sebagai kepala rumah tangga, ataupun yang belum menikah pria sebagai kepribadian yang tangguh harus selalu mandiri. Kemampuan wanita untuk mempengaruhi atau mengajak anggota baru dalam bergabung PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan juga sangat berpengaruh dibanding dengan pria yang masih memiliki rasa sungkan untuk merekrut anggota baru tersebut.

b) Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang dianggap mempengaruhi produktivitas seseorang dalam bekerja. Umur dapat menentukan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan, baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Pada umumnya, tenaga kerja yang berumur tua mempunyai tenaga yang lemah dan terbatas, sebaliknya tenaga kerja yang berumur muda mempunyai kemampuan fisik yang kuat. Maka faktor umur mempengaruhi kinerja seseorang.

Umur para anggota (*member*) dalam penelitian ini bervariasi. Ada beberapa anggota (*member*) yang masih muda sekitar umur 20-30 tahun. tetapi ada juga anggota (*member*) yang sudah berumur tua yaitu sekitar umur 60 tahun ke atas. Adapun spesifikasi umur dari jumlah total anggota (*member*) bisa dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2

Umur Anggota (*Member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	20 – 29	135	25,3 %
2	30 – 39	189	35,4 %
3	40 – 49	112	21%
4	50 – 59	78	14,6 %
5	≥ 60	20	3,7 %
Jumlah		534	100 %

Sumber data : Diteliti tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa umur anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan didominasi dari umur 30 – 39 tahun dengan jumlah sebesar 189 orang dengan tingkat persentase 35,4 %, dipastikan anggota (*member*) tersebut merupakan tenaga kerja produktif dan sudah memiliki jaringan yang cukup luas. Dan yang paling rendah di umur ≥ 60 tahun dengan jumlah sebesar 20 orang dengan persentase 3,7 %. Maka produktivitas seseorang dalam bekerja dapat dipengaruhi oleh usia. faktor usia dianggap cukup menentukan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan.

c) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor dari intelegensi seseorang, pola pikir serta keinginan seseorang dapat mempengaruhi dengan pendidikan, baik dalam membuat suatu usaha. serta bagaimana para leader dapat

membantu serta mengubah potensi para anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan agar setiap melakukan perubahan yang ada. dan diharapkan dengan melakukan penerapan yang baik. dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan, bisa melihat potensi maupun peluang yang ada untuk mengembangkan usaha, dengan biaya yang sedikit dan memperoleh hasil yang maksimal. Ada empat kategori tingkat pendidikan responden yaitu Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Perguruan Tinggi. Kategori tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Tingkat Pendidikan Anggota (*Member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Persentase
1	SD	47	8,8 %
2	SMP	61	11,4 %
3	SMA	194	36,3 %
4	D3	97	18,2%
5	S1	116	21,7%
6	S2	19	3,6 %
Total		534	100

Sumber data : Diteliti tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah tingkat pendidikan SMA yaitu dengan jumlah 194 orang dengan persentase (36,3 %) dengan tingkat pendidikan paling rendah S2 yaitu dengan jumlah 19 orang dengan persentase (3,6%). Tingkat pendidikan berpengaruh anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dalam mengolah. Oleh karena itu tingkat pendidikan yang baik, diharapkan mampu mengelola atau merekrut anggota yang baru untuk memperoleh hasil atau keuntungan yang maksimal.

d) Masa Kerja

pengalaman kerja menjadi Salah satu faktor yang menentukan dalam peningkatan pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia . Dengan pengalaman kerja *member* tersebut dalam menjalankan tugas yang diberikan dengan maksimal. dengan pengalaman kerja yang luas, dibutuhkan masa kerja

yang lebih lama. Semakin lama masa kerja maka semakin banyak pula pengalaman yang didapatkan. Dengan pengalaman kerja yang banyak, maka semakin besar motivasi setiap anggota untuk meningkatkan karirnya. Masa kerja yang lebih lama ternyata berdampak positif pada tingkat pendapatan penjualan.

Masa kerja bisa dikatakan sebagai loyalitas anggota kepada perusahaan. Dalam Rentang waktu masa kerja yang cukup, sama dengan orang yang memiliki pengalaman yang luas baik hambatan dan keberhasilan. Pengalaman seseorang terbentuk dari waktu, maka masa kerja adalah waktu yang telah dijalani seorang anggota selama menjadi tenaga kerja perusahaan. Masa kerja memberikan pengalaman kerja, pengetahuan dan keterampilan kerja. Pengalaman kerja menjadikan seseorang memiliki sikap kerja yang terampil, cepat, mantap, tenang dapat menganalisis kesulitan dan siap mengatasinya. Dengan pengalaman kerja lebih lama berdampak juga terhadap tingkat kesejahteraan yang dirasakan setiap anggota. Adapun kategori masa kerja pada anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Masa Kerja Anggota (*Member*) PT. HNI-HPAI Cabang Medan 9

No	Masa Kerja	Jumlah Orang	Persentase
1	< 1 tahun	118	22,1 %
2	1 – 3 tahun	109	20,4 %
3	3 – 5 tahun	223	41,8 %
4	> 5 tahun	84	15,7%
Total		534	100

Sumber data : Diteliti tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 4.4. menunjukkan bahwa anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan memiliki jumlah yang terbanyak pada tingkat 3-5 tahun dengan nominal 223 orang atau 41,8%. Hal ini diharapkan dengan semakin lamanya bekerja para anggota tersebut dapat meningkatkan penjualan setiap bulannya atau dikatakan anggota aktif untuk melakukan kegiatan usaha pada PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan Masa kerja yang lama akan memotivasi anggota dalam meningkatkan kinerja anggota lain sehingga perlu diberikan pelatihan dan pengembangan diri dalam bekerja sebagai bentuk

motivasi yang diberikan perusahaan kepada anggotanya. karena kemampuan masakerja akan menentukan tinggi kemampuan yang dimiliki seorang *member*. maka hal tersebut dapat membangkitkan motivasi kinerja anggota sehingga secara tidak langsung dapat memacu produktivitas kerja dan akan berdampak pada meningkatnya karir *member*. Dan dengan itu, perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal.

1. Strategi Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (*Member*) yang Dilakukan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

a) Pemberdayaan

Pemberdayaan yang berartikan suatu upaya yang di perlukan guna membangun, mendorong, memotivasi, dengan membangkitkan daya melalui pola pikir. Serta berupaya untuk meningkatkan kompetensi yang di miliki seorang anggota (*member*). Dalam melakukan bisnis *multi level marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan tidak terlepas dari sumberdaya manusia (*member*). Seorang anggota (*member*) tidak akan berjalan maksimal tanpa dukungan dari pemimpin/mentor.

Dalam sistem *Multi Level Marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menggunakan *skema matahari* yang artinya sistem yang dianggap paling adil, merata bagi seluruh *member*. Konsep skema matahari tidak memiliki bonus keseimbangan namun dikokohkan dengan jaringan yang bisa berkembang dari arah mana saja. Pengembangan jaringan dengan mengutamakan kelebaran, maka peluang mendapatkan bonus yang besar semakin terbuka. Skema ini memiliki kelemahan bahwa seorang pemimpin (*leader*) harus bisa mengurus dan memberdayakan semua yang direcrut, baik yang ada di generasi 1-10. karna sistem *Multi Level Marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah berbasis syariah sehingga para dewan syariah membuat peraturan hanya terdiri 10 generasi. Sehingga mampu mengelola para *member*-nya dengan efektif dan efisien.

Dengan Sistem *Multi Level Marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan secara otomatis bertanggung jawab penuh dalam memberdayakan

sumberdaya manusia (*member*) yang dimilikinya agar menjadi *member* yang berkompeten dan berprestasi dengan meningkatnya jejak karir. Oleh sebab itu pimpinan Bussines Center 9 Medan megusung program pemberdayaan dengan yang me beberapa strategi sebagai berikut:

1) Kesadaran

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, pimpinan Bussines Center 9 Medan diawali dengan melakukan teknik berkomunikasi yang bersifat aktif dengan lebih mengusung konsep berdakwah dalam pelayanan. serta mengedukasi tentang kesehatan dan manfaat dari produk yang ditawarkan. Dengan melakukan komunikasi yang baik maka dapat membangun pola fikir sehigga meciptakan kesadaran akan kebutuhan diri. metode ini bisa digunakan dalam menarik simpati calon *member*, sehingga *member* dengan kesadaran sendiri akan mencari produk HPAI sesuai dengan kebutuhan.

Ketika kesadaran menjadi sebuah amanah maka akan tumbuh rasa kebutuhan untuk mejalankan usaha secara konsisten karena amanah yang dipikul. Dalam hal ini *mentor* (pimpinan) mengedukasi *member* untuk membentuk kesadaran seorang calon *customer* akan produk-produk halal yang seharusnya digunakan oleh calon *member* muslim khususnya. Karena *market* yang dibentuk PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan merupakan orang-orang muslim. Seperti misi yang di buat PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menjadikan masyarakat muslim pengusaha-pengusaha yang dapat di banggakan, menjadikan tempat utuk berjuang dan menyediaan produk halal bagi ummat islam.⁵ Untuk itu PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan tidak hanya membuka kesadaran akan produk halal, tetapi juga dari segi kesehetan umat islam.

Teknik membagon kesadaran merupakan bagian prosedur dalam melakukan pemberdayaan. Pimpinan (leader) Bussines Center 9 Medan tidak hanya membangun kesadaran calon *customer* dari segi produk halal dan kesehatan tetapi juga kesadaran akan manfaat menjalankan *Multi Level Marketing* yang diusung PT.HNI-HPAI baik dalam memberikan kompensasi kepada para *member* yang turut serta bekerjasama dalam mengembangkan bisnis ini. Karena fenomena

⁵ *Ibid.*,hal.10

market Multi Level Marketing yang sudah ada sejak beberapa tahun lalu, tetapi keberadaannya banyak membuat masyarakat kehilangan kepercayaan akan bisnis ini. Untuk itu PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan berjuang dan berkerja keras membangun bisnis *Multi Level* guna meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa bisnis *Multi Level Marketing* syariah ini mampu membantu meningkatkan prekonomian para *members*.

2) Motivasi

Berjalannya suatu program pemberdayaan didukung dengan adanya motivasi. Pembentukan motivasi yang dilakukan pimpinan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan terbagi dalam dua bentuk motivasi pertama melalui pemikiran yaitu dengan membentuk pemikiran *member* dengan suatu kebutuhan, desakan, keinginan dan dorongan. Yang memacu kepada suatu keputusan bahwa sebagai *member* harus aktif menjalankan bisnis *multi level marketing* yang dipilih agar hasil yang di dapatakn seperti gaji, bonus mampu memenuhi kebutuhan *member*.

Kedua memotivasi dengan lingkungan, orang atau materi, yaitu dengan melakukan pembinaan antar *member* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yang sudah memiliki penghasilan setelah bergabung sebagai *member*. Dengan membuat kegiatan pembinaan seperti *home sharing* (HS), yang bisa dilakukan dengan pimpinan cabang, serta pembinan lain yaitu Kuliah Herba Tibunnabawi (KHT) reguler maupun non-reguler, lalu pembinaan dengan seminar-seminar lainnya. Dengan menghadirkan pakar herbal (*herbalist*) dan orang-orang sukses yang sudah berhasil mendapatkan karir yang baik untuk menjadi pembimbing dan motivator HPAI dari tingkat pusat dan daerah. Tidak hanya itu Pimpinan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan juga membuat diskusi dan dialog disetiap bulan dan dibarengi dengan kegiatan tausiah untuk memperkuat bekal ilmu agama para mitra (*member*) dalam mengembangkan bisnis HPAI yang berguna untuk meningkatkan motivasi para *member*. Motivasi yang diartikan dorongan keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Tidak hanya memotivasi untuk memiliki karir dengan bonus dan jaringan yang kokoh tetapi pimpinan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan juga mengarahkan dalam bentuk *leadership*, komunikator yang kredibel guna membentuk para member menjadi *enteurpreuner*.

3) Fasilitas

Istilah dari sarana dan prasarana yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu kegiatan usaha. Fasilitas diartikan sebagai suatu kemudahan dan dapat pula berarti alat atau bentuk fisik seperti sarana dan prasarana.⁶ Defenisi lain fasilitas kerja adalah sesuatu yang diberikan perusahaan yang dapat dinikmati oleh karyawan, sebagai sarana untuk kemudahan dan kelancaran pekerjaan .⁷ Dengan fasilitas diharapkan dapat mempermudah meningkatkan kinerja member agar menyelesaikan tujuan yang telah ditentukan oleh manajemen dengan segala kemampuan secara efektif dan efisien

Perusahaan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan juga pusat memberikan fasilitas yang bermanfaat bagi anggota. seperti, umrah gratis, asuransi, pendidikan dan lainnya. perusahaan sudah menyediakan fasilitas-fasilitas untuk memotivasi member, agar giat dalam meningkatkan karir. Tetapi fasilitas tersebut diberikan untuk para member yang sudah mencapai jabatan LED. Sedangkan fasilitas yang bisa di berikan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan ialah memberikan hadiah produk HNI-HPAI, bagi anggota yang mencapai target penjualan. Serta memberikan kesempatan kepada para anggota dengan memperbolehkan membawa barang tanpa modal dengan syarat hanya satu hari. Hal ini diberikan kesempatan bagi para anggota yang tidak memiliki modal.

4) Gotong royong

Manusia tidak terlepas dari interaksi sosial antara satu dengan yang lainnya. karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri

⁶Sudarwan Danim, *Transformasi Sumberdaya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal.63

⁷Agus Ahyari, *Manajemen Produksi: Perencanaan Sistem Produksi*, (Yogyakarta: BPFE, 1986), hal.128

melainkan membutuhkan pertolongan orang lain dalam berbagai hal, seperti bergaul, bekerja, tolong menolong, keamanan dan lain-lain. Gotong royong sebagai bentuk kerjasama untuk membentuk status norma saling percaya dalam melakukan kegiatan. Bentuk kerjasama gotong royong ini merupakan salah satu bentuk solidaritas sosial karena adanya bantuan dari orang lain untuk kepentingan pribadi ataupun kepentingan kelompok, sehingga didalamnya terdapat sikap loyal.

Sikap gotong royong yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dalam melakukan rekrutmen atau dalam promosi dan edukasi *leader/mentor* akan memberikan bantuan kepada *member* yang aktif dengan membantu menghidupkan jaringan agar bertambah dan berkembang, sehingga bisa mencapai target. Dalam hal ini gotong royong antar *member* atau *member* ke mentor menjadi senjata pamungkas yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dalam membangun jaringan. Sehingga semua *member* yang bersungguh-sungguh mau bekerja akan mendapatkan hasil yang maksimal.⁸

b) Pengelolaan

Pemberdayaan sangat penting bagi perkembangan dan keberhasilan perusahaan. Pengelolaan sumberdaya manusia yang di mulai dari rekrutmen (*member* baru), Proses rekrutmen *member* baru merupakan hal yang sangat penting karena dari perekrutmen dapat melihat, menilai, mencari member berkompeten yang akan diseleksi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan perusahaan. Sehingga meminimalisir *member-member* yang bersifat pasif. Untuk mendapatkan sumberdaya manusia yang berkualitas, ada beberapa strategi pengelolaan sumberdaya manusia yang harus diperhatikan, sebagai berikut:

1) Rekrutmen

Proses pencarian dan penarikan sejumlah calon *member* yang berpotensi dalam mengembangkan bisnis *multi level maketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan Untuk itu dibutuhkan ketelitian *mentor* (pimpinan) dalam menempatkan *member* terbaik. Penyeleksian untuk menjadi *member* generasi pertama, kedua, ketiga hingga generasi ke-10. Dalam bisnis *multi level* di PT.

⁸Wawancara dengan pimpinan PT.HNI-HPAI cabang 9 Medan bapak khairudin butar-butar.

HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menggunakan sistem jaringan matahari atau sistem *Break Away* ialah dengan melakukan perekrutan *member* sebanyak-banyaknya, hanya saja sistem syariah yang di terapkan oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan gotong royong sesama *member* dengan cara seorang *mentor* yang mendapatkan *member* baru berbagi *member* dengan *downline* di dalam jaringannya⁹. Hal tersebut secara otomatis membantu para *downline* yang baru atau juga pasif. Adapun perekrutan yang dilakukan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dengan cara sebagai berikut:

- a) *Member* (calon *member*) harus sudah berusia 17 (tujuh belas) tahun dan atau sudah pernah menikah sebelum berumur 17 (tujuh belas) dan telah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP).
- b) Membayar pendaftaran dan berhak mendapatkan 1 (satu) set Paket Pendaftaran member HPAI. Serta biaya administrasi bervariasi mulai Rp.10.000, Rp20.000, Rp30.000.
- c) Memiliki nomor rekening yang sesuai dengan nama member, Apabila nama member berbeda dengan nama yang tercantum di bank maka member wajib menyatakan surat pernyataan dan Kartu Keluarga (KK)
- d) Memiliki nomor *handpone* yang aktif..
- e) Apabila data bank, alamat atau sponsor tidak lengkap, maka perusahaan berhak untuk menolak keanggotaan agen tersebut.
- f) Dilarang dengan alasan apapun mendaftarkan ulang member aktif.

Pada proses perekrutan ini di utamakan yang beragama islam, tetapi siapa saja bisa menjadi member di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan baik itu yang tertarik ikut menjalankan bisnisnya atau sekedar menjadi pemakai.

2) Seleksi

Memilih member setelah dilakukannya proses rekrutmen. Seleksi adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan *member* yang memenuhi kualifikasi. Dengan seleksi *member* yang diterima akan diberikan pembinaan, pengembangan,¹⁰ Adapun tahap seleksi yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI

⁹Khiruddin butar-butur, pimpinan BC 9 HPAI Medan

¹⁰Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015),hal. 136

Bussines Center 9 Medan dengan melihat respon para calon *member* apakah tertarik untuk menjalankan bisnis, penggunga, atau hanya ingin sekedar coba-coba produk.¹¹ seleksi diadakannya bertujuan untuk mendapatkan calon *member* yang berkualitas dan potensial, berani dan memiliki jiwa berwirausaha. Dalam melaksanakan proses seleksi, pemimpin (*leader*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menggunakan teknik wawancara. Dalam proses seleksi tidak ditekankan pada penampilan calon *member*, hanya saja sebaiknya menggunakan pakaian sopan. Karena PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah bisnis dengan sistem *multi level marketing*, yang secara umum tidak mengikat para *member* dengan peraturan kantor pada umumnya, karena tidak memiliki batasan jam kerja, dan kapan, dimana *member* bisa berkerja. Hanya kejujuran, komitmen, dan semangat bekerja yang diharapkan oleh pimpinan atau *leader* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan, karena siapa saja bisa ikut bergabung di bisnis *multi level marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.

Menurut Bapak Khairuddin Butar-butar tahap seleksi yang dilakukannya ialah dengan menempatkan *member* yang memiliki niat untuk ikut berbisnis serta berkompeten di jalur yang aktif. Sehingga secara otomatis akan membantu perkembangan bisnis *multi level marketing* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan¹².

3) Pelatihan Dan Pengembangan

Pengembangan penting bagi para calon *member* baru maupun member yang sudah lama. Perusahaan dapat berkembang maju apabila tanggap terhadap perubahan lingkungan, teknologi, dan ilmu pengetahuan. Pelatihan dilakukan guna meningkatkan kemampuan yang bermanfaat untuk saat ini dan masa mendatang. Sedangkan pengembangan proses untuk meningkatkan kemajuan sumberdaya member dalam mencapai tujuan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan karir¹³

¹¹Khiruddin butar-butar, pimpinan BC 9 HPAI Medan

¹²Khiruddin butar-butar, pimpinan BC 9 HPAI Medan

¹³ Veithzal Rivai & Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014),hal. 212

Para pemimpin *leader* memahami pentingnya kegiatan pelatihan dan pengembangan bagi *member* agar para *member* dapat mengembangkan potensi dalam menjalankan pekerjaannya. Pelatihan dan pengembangan yang dilakukan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yaitu melalui pelatihan di dalam perusahaan seperti berikut:

- a) Mengikuti kuliah Herba Tabunnabawi yang dipersembahkan oleh PT.HNI-HPAI pusat, membuat seminar dengan mengundang para *member* melalui berbagai cabang yang dimiliki oleh PT.HNI-HPAI. Dalam seminar tersebut akan membahas tentang produk, sistem bisnis, dan *royalty*.
- b) Mengikuti *home sharing*, ialah mengumpulkan beberapa orang untuk mendengarkan para *mentor* menjelaskan produk, sistem bisnis, hanya saja cakupan *member* yang ikut berpartisipasi hanya *member* yang di bawah naungan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan Bisa juga dilakukan di rumah para *member* yang berkenan.
- c) Mengikuti pelatihan, seperti seminar yang dibuat oleh para *mentor* yang sudah berhasil, dengan membagi cerita dan pengalaman guna memotivasi para *member* yang ingin mencapai keberhasilan yang sama. Dengan melakukan pelatihan seperti ini diharapkan menjadi salah satu motivasi bagi para *member* yang baru bergabung dan *member-member* lama.

4) Penilaian Kinerja

Evaluasi ialah hasil pekerjaan karyawan. penilaian kinerja digunakan perusahaan untuk menilai kinerja karyawan atau. Penilaian kinerja berguna untuk memberikan informasi serta dapat membantu dalam membuat keputusan-keputusan yang berkaitan dengan masalah kenaikan gaji ataupun pemberhentian tenaga kerja serta dapat digunakan untuk mendorong pengembangan karyawan. Penilaian kinerja yang dilakukan dengan benar akan bermanfaat bagi karyawan dan bagi perusahaan¹⁴ Penilaian kinerja di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan bisa terlihat dari AVO (*Agent Virtual Office*) ialah *personal page member* yang dapat dipakai oleh seluruh *member* PT.HNI-HPAI agar mengetahui

¹⁴*Ibid.*, hal. 549

perkembangan jaringan, dan *personal statement*.¹⁵ *Agent Virtual Office* merupakan bagian dari teknologi yang diterapkan dalam menjalankan bisnis HPAI maka dari itu *Agent Virtual Office* dapat dikatakan sebagai kantor maya member atau distributor HPAI, tetapi manajemennya seperti kantor pada umumnya. Penilaian kinerja *member* pada PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan bisa ditinjau dengan *Agent Virtual Office* (AVO) yang berfungsi sebagai media informasi bagi *member* terkait dengan perkembangan serta dapat menentukan langkah bisnis agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

5) Kompensasi

Balas jasa yang diberikan perusahaan sebagai balasan atas prestasi kerja yang dilakukan. Yang menjadi faktor penting yang mempengaruhi semangat orang-orang dalam bekerja ketika mendapatkan kompensasi. Perusahaan harus kompetitif dalam memberikan beberapa kompensasi untuk mempekerjakan, memberhentikan dan memberi imbalan atas kinerja setiap orang dalam perusahaan.¹⁶ Biasanya *member* menerima bonus bila mereka menjalankan bisnisnya dengan baik, banyak melakukan perekrutan *member* dan penjualan produk. Maka secara otomatis bisnis jaringan yang dilakukan akan menghasilkan bonus atau *royalty* yang telah ditentukan oleh PT.HNI-HPAI. Adapun Sistem pemberian bonus sesuai pada pencapaian para *member* berdasarkan pangkat dan status agen stok yang dipegang. Penjelasannya sebagai berikut:

Tabel 4.5

Sitem Pemberian Bonus Berdasarkan Pangkat

No	Jabatan/Pangkat	Pasar	Profit
1	Agen Biasa (AB)		10%
2	Manager (M)	SC	20%
3	Senior Manager (SM)	DC	23%
4	Executive Manager (EM)	DC	26%
5	Director (D)	DC	29%
6	Senior Director (SD)	DC	32%
7	Executive Director (ED)	AC	35%
8	Loyal Executive Director (LED)	BC	5%

¹⁵Panduan Sukses HPAI, h.7.

¹⁶Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015),hal. 141-142

Adapun bonus lain yang didapat oleh para anggota PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan ialah sebagai berikut:

- a) Bonus Prestasi Pribadi, pembelian pribadi member
- b) Bonus Prestasi Pangkat, hadiah yang di berikan atas peningkatan karir
- c) Bonus Generasi Pangkat, diberikan kepada member dengan pangkat minimal manager aktif yang msemiliki downline berpangkat minimal manager aktif.
- d) Bonus Generasi Executive Director, Bonus ini diberikan kepada agen berpangkat GED/DED/CED atau yang lebih tinggi dengan syarat.
- e) Bonus Agen Stock, diperuntukkan bagi member yang berstatus stokis, dan didapat dari penjualan agen stock kepada struktur niaga.
- f) *Royalty* Stabilitas Belanja, Bonus ini diberikan kepada agen yang berpangkat AB dan manajer yang melakukan pembelian rutin dalam waktu tertentu selama berturut.
- g) *Royalty* Kemajuan Jaringan, Bonus ini didapatkan oleh member yang memiliki poin TP pribadi 200 poin setiap bulan dan berpangkat > *Senior Manager* (SM). sebesar 6% dari poin internasional HPAI bulanan atau sebesar 6% daru poin
- h) *Royalty* LED, Bonus diberikan kepada member dengan poin TP pribadi > 600 poin. LED adalah agen dengan prestasi dan kualifikasi tertentu yang ditetapkan perusahaan dalam periode tertentu.
- i) *Royalty* Komitmen Tahunan *merupakan* bonus yang diberikan kepada para LED HNI-HPAI yang giat dalam meningkatkan prestasinya dan menjaga loyalitas di setiap tahun. Penilaian berdasarkan jaringan kokoh serta semua LED yang memenuhi syarat prestasi.

Penjelasan bonus-bonus di atas adalah kompensasi yang di berikan oleh PT.HNI-HPAI kepada para *member* yang berprestasi dalam menjalankan bisnis. Tidak hanya itu kompensasi juga diberikan oleh *leader* atau pimpinan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan kepada para *member* yang berprestasi seperti, 1 poct produk, atau sovenir logo perusahaan.

2. Kendala yang Dihadapi Dalam Pemberdayaan Sumberdaya Manusia (Member) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

Pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia merupakan sebuah kolaborasi manajemen yang penting dan strategis, dimana sumberdaya manusia harus berperan untuk mendorong daya terhadap sumber-sumber lainnya pada suatu tatanan manajemen agar menjadi tujuan organisasi. manajemen tidak akan efisien dan efektif bila manusia memfungsikan daya untuk kemajuan organisasi..

Akan terjadi kendala apabila sumberdaya manusia tersebut tidak mau berkontribusi dalam kegiatan pemberdayaan dan pengelolaannya. Adapun kendala yang terjadi dalam proses pemberdayaan dan pengelolaan dapat berasal dari kepribadian individu dalam komunitas dan bisa juga berasal dari sistem sosial. Kendala-kendala tersebut adalah:

- a. Kurangnya partisipasi anggota dalam kegiatan pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia yang telah diberikan oleh pemimpin di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.
- b. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terlambat. Hal ini disebabkan para anggota yang bersifat apatis untuk mengembangkan pengetahuan mereka terhadap produk maupun teknologi yang digunakan. Ada beberapa anggota (*member*) belum memiliki sarana untuk pemasaran secara *online*, seperti *smartphone* dan sejenisnya.
- c. Kurang komunikasi antara *upline* dan *downline* sehingga informasi untuk pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia tersebut tidak tersampaikan.
- d. Informasi yang telah sampai kepada para anggota mengenai kegiatan pemberdayaan dan pengelolaan ini tidak diikuti dikarenakan mereka memiliki kegiatan lain sehingga tidak terlalu fokus terhadap tanggungjawab sebagai *member*.
- e. Anggota (*member*) berasal dari latar belakang pendidikan yang tidak, , pengalaman kerja, dan usia. sehingga akan menghambat pelaksanaan pelatihan dan pendidikan dikarenakan daya tangkap dan daya nalar mereka berbeda.

- f. Sulitnya mendapatkan mentor yang ahli berkomunikasi secara efektif atau *teaching skill* dalam mentransfer pengetahuannya kepada para member dalam latihan. Akibatnya, sasaran yang diinginkan tidak tercapai..

3. Analisis SWOT

Ialah instrumen analisis yang digunakan oleh perusahaan untuk mengamati perkembangan suatu bisnis. SWOT adalah singkatan *Strength Weakness Opportunities* dan *Threat*. Teknik analisis ini digunakan untuk menyusun strategi, mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yaitu peluang, dan ancaman yang terjadi pada anggota (*member*) di perusahaan HNI-HPAI.

a. Analisis Lingkungan Internal

- 1) Kekuatan (*Strength*)
 - a) Peran aktif *upline* yang mengayomi para anggota.
 - b) Komunikasi yang baik antara anggota (*member*) dengan *upline*.
 - c) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota.
 - d) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/*upline* kepada para anggota.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
 - a) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan.
 - b) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya.
 - c) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk.
 - d) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

- 1) Peluang (*Opportunity*)
 - a) Peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya.
 - b) Peningkatan target pada masing-masing anggota.

- c) Memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.
 - d) Mengadakan *training* semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.
- 2) Ancaman (*Threat*)
- a) Komunikasi yang buruk antara *upline* dengan anggota (*member*)
 - b) Semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.
 - c) Banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.
 - d) Tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.

Tabel 4.6

Analisis SWOT pada *Member* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota. b) Komunikasi yang baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i>. c) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota. d) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/<i>upline</i> kepada para anggota. 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan. b) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya. c) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk. d) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.
<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya. b) Peningkatan target pada masing-masing anggota. c) Memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya. 	<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Komunikasi yang buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>) b) Semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini. c) Banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif. d) Tingkat keinginan untuk lebih

d) Mengadakan <i>training</i> semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.	aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.
--	--

c. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

dengan mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal maka dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dengan tujuan untuk merumuskan kedalam kerangka *Strength* dan *Weakness*. Dalam membuat tabel Matriks IFAS Menurut David, terdiri dari lima tahap penyusunan matriks:

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom 1
- 2) Memberi bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari
 - a. Paling penting = 1,0
 - b. Penting = 0,75
 - c. Standar = 0,50
 - d. Tidak penting = 0,25
 - e. Sangat tidak penting = 0,0

Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan *member* dalam suatu perusahaan. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- 3) Beri *rating* 1 sampai 4 kepada masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki
 - rating*=1 kelemahan yang besar
 - rating* =2 kelemahan yang kecil
 - rating* =3 kekuatan yang kecil
 - rating* = 4 kekuatan yang besar

Jadi sebenarnya, *rating* mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada perusahaan dimana *member* berada.

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan skor.
- 5) Totalkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal anggota (*member*) lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 4.7

Faktor Lingkungan Internal *Member Bussines Center 9 Medan*

Kekuatan		Rating
S1	Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota.	4
S2	Komunikasi yang baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i> .	4
S3	Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota.	3
S4	Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ <i>upline</i> kepada para anggota.	4
Kelemahan		Rating
W1	Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan.	1
W2	Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya.	1
W3	Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk.	1
W4	Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.	1

Tabel 4.8

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (Strength)			
1	Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota.	0.24	4	0.96
2	Komunikasi yang baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i> .	0.22	4	0.88
3	Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota.	0.15	3	0.45
4	Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ <i>upline</i> kepada para anggota.	0.24	4	0.96
Subtotal		0.85		3.25

Kelemahan (Weakness)				
5	Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan.	0.05	1	0.05
6	Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya.	0.04	1	0.04
7	Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk.	0.03	1	0.03
8	Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.	0.03	1	0.03
Subtotal		0.15		0.15
Total		1.00		3.40

Sumber: Data diolah, 2020.

Dari hasil analisis pada tabel 4.6 IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,40. Karena total skor diatas 2,5 ini berarti mengindikasikan posisi internal yang kuat.

d. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima (5) tahap dalam penyusunan *Matriks External Factor Analysis Summary* (EFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot nilai dari masing-masing faktor
 - a. 1,00 = Sangat penting
 - b. 0,75 = Penting
 - c. 0,50 = Stantar
 - d. 0,25 = Tidak penting
 - e. 0,0 = Sangat tidak penting

Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.

- 3) Menghitung *rating nilai* masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai
 - 4 = respon sangat bagus
 - 3 = respon di atas rata-rata
 - 2 = respon rata-rata

1 = respon dibawah rata-rata

Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi member, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan nilai *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan nilai total skor member. Nilai total ini menunjukkan bagaimana member tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.
- 6) Sudah tentu bahwa dalam EFAS *matrix*, kemungkinan nilai tertinggi total skor adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total skor 4,0 mengindikasikan member merespon kesempatan yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar. Total skor sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi anggota tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Berikut adalah faktor peluang dan ancaman di eksternal anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

Tabel 4.9
Faktor Lingkungan Eksternal

Peluang		Rating
O1	Peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya.	4
O2	Peningkatan target pada masing-masing anggota.	3
O3	Memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.	4
O4	Mengadakan <i>training</i> semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.	4
Ancaman		Rating
T1	Komunikasi yang buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>).	1
T2	Semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.	1
T3	Banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.	2
T4	Tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.	1

Tabel 4.10
Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

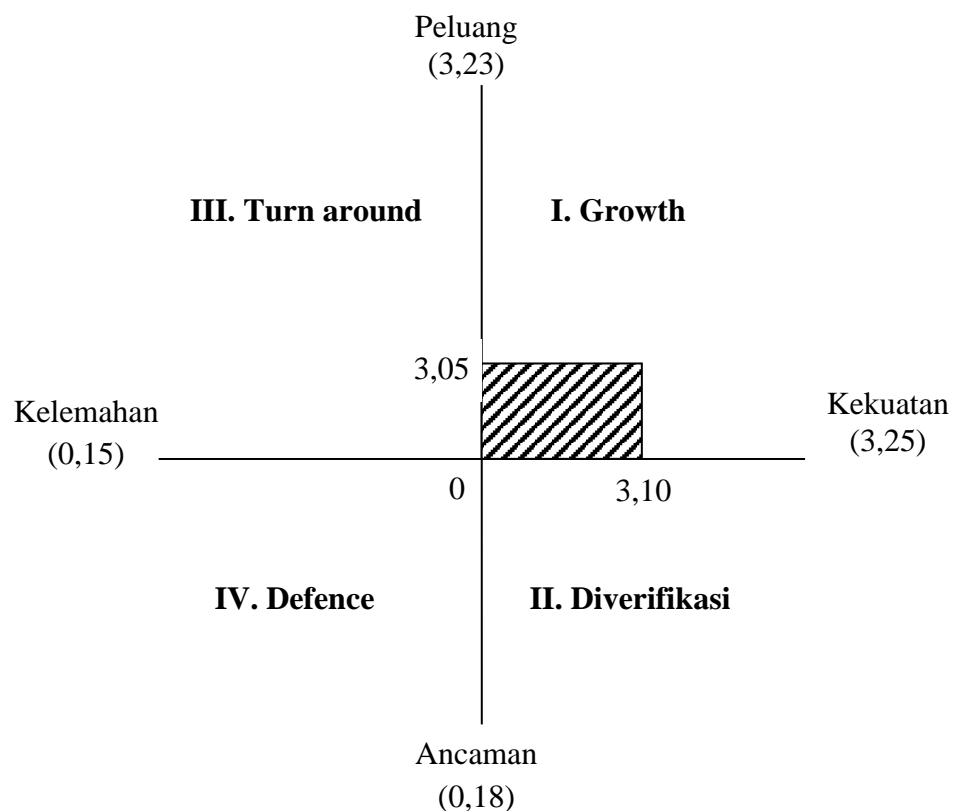
No	Eksternal faktor	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1	Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota.	0.21	4	0.84
2	Komunikasi yang baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i> .	0.17	3	0.51
3	Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota.	0.23	4	0.92
4	Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ <i>upline</i> kepada para anggota.	0.24	4	0.96
Subtotal		0.85		3.23
Ancaman (<i>Threat</i>)				
6	Komunikasi yang buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>).	0.02	1	0.02
7	Semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.	0.04	1	0.04
8	Banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.	0.03	2	0.06
9	Tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.	0.06	1	0.06
Subtotal		0.15		0.18
Total		1.00		3.41

Sumber: Data diolah, 2020.

Berdasarkan analisis pada tabel 4.9 EFAS, nilai faktor peluang dan ancaman memiliki nilai score 3.41. Karena total skor mendekati 4,0 yang artinya mengindikasikan anggota (*member*) merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa serta menghindari ancaman-ancaman di pasar. Dan skor bobot peluang 3.23 lebih besar daripada skor bobot ancaman yakni sebesar 0.18. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan potensi pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia pada anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan masih berpeluang untuk melakukan pengembangan.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor yang dirinci, kekuatan 3.25, kelemahan 0.15, peluang 3.23, ancaman 0.18. Maka diketahui

selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 3.10, didapatkan dari skor *strength* dikurangi dengan skor *weakness* yaitu 3.25 dikurang 0.15. Sedangkan selisih total skor faktor peluang dan ancaman adalah (+) 3.05 didapatkan dari skor *opportunity* dikurangi dengan skor *threat* yaitu 3.23 dikurang 0.18. Jadi titik koordinat pada pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah (3.10 : 3.05) dengan hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dengan diagram sebagai berikut:



Gambar 4.2 Diagram Cartesius Analisis Swot Anggota (*member*) PT HNI-PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan

Dari gambar diagram cartesius menunjukkan dengan jelas bahwa anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menduduki posisi *growth* dimana posisi tersebut adalah keadaan yang menguntungkan bagi anggota (*member*) karena memiliki *Opportunity* dan *strength* sehingga dapat

memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini harus diterapkan dalam kondisi saat ini untuk mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

e. Matriks SWOT

Merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi member. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11

Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH	WEAKNESS
EFAS	a) Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota. b) Komunikasi yang baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i> . c) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota. d) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ <i>upline</i> kepada para anggota.	a) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan. b) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya. c) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk. d) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.
OPPORTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
a) Peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya. b) Peningkatan target pada masing-masing anggota. c) Memberikan	a) Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota dapat meningkatkan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya. b) Komunikasi yang	a) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan akan mengganggu dalam peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya.

<p>penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.</p> <p>d) Mengadakan <i>training</i> semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.</p>	<p>baik antara anggota (<i>member</i>) dengan <i>upline</i> dapat meningkatkan target pada masing-masing anggota.</p> <p>c) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota dengan cara memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.</p> <p>d) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/<i>upline</i> kepada para anggota dengan mengadakan <i>training</i> semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.</p>	<p>b) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya dapat berpengaruh kepada peningkatan target pada masing-masing anggota.</p> <p>c) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk dapat dialternatifkan dengan cara memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.</p> <p>d) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, maka solusinya dengan mengadakan mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.</p>
<p>THREAT</p> <p>a) Komunikasi yang buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>).</p> <p>b) Semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>a) Peran aktif <i>upline</i> yang mengayomi para anggota dapat memperbaiki komunikasi buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>)</p> <p>b) Komunikasi yang baik antara anggota</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>a) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan diakibatkan dari komunikasi yang buruk antara <i>upline</i> dengan anggota (<i>member</i>).</p> <p>b) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat</p>

<p>c) Banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.</p> <p>d) Tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.</p>	<p>(<i>member</i>) dengan <i>upline</i> karena semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.</p> <p>c) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota dikarenakan banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.</p> <p>d) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/<i>upline</i> kepada para anggota sementara tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.</p>	<p>perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya menjadi acanaman karena banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.</p> <p>c) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk sementara banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.</p> <p>d) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen dan tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.</p>
---	--	--

Berlandaskan data analisis di atas menjelaskan bahwa kinerja para *member* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan bisa ditentukan dengan faktor internal dan eksternal. Dengan begitu bisa dilihat bahwa gabungan kedua faktor tersebut akan di jelaskan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat untuk memanfaatkan segala kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh para anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yaitu:

- 1) Peran aktif *upline* yang mengayomi para anggota dapat meningkatkan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya.

- 2) Komunikasi yang baik antara anggota (*member*) dengan *upline* dapat meningkatkan target pada masing-masing anggota.
- 3) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota dengan cara memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.
- 4) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ *upline* kepada para anggota dengan mengadakan *training* semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki anggota untuk mengatasi segala ancaman yang ada. Strategi ST yang ditempuh para anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yaitu:

- 1) Peran aktif *upline* yang mengayomi para anggota dapat memperbaiki komunikasi buruk antara *upline* dengan anggota (*member*).
- 2) Komunikasi yang baik antara anggota (*member*) dengan *upline* karena semakin banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.
- 3) Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota dikarenakan banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.
- 4) Banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ *upline* kepada para anggota sementara tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini ialah gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini digunakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh anggota. Strategi WO yang ditempuh oleh para anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yaitu:

- 1) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan akan mengganggu dalam peningkatan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya.
- 2) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya dapat berpengaruh kepada peningkatan target pada masing-masing anggota.
- 3) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk dapat dialternatifkan dengan cara memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya.
- 4) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, maka solusinya dengan mengadakan mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Merupakan strategi gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dilakukan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan anggota. Strategi WT yang ditempuh oleh para anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan yaitu:

- 1) Rasa percaya diri yang lemah dalam melakukan penjualan diakibatkan dari komunikasi yang buruk antara *upline* dengan anggota (*member*).
- 2) Target penjualan yang tidak terlalu dibuat perencanaannya dan dipaksakan untuk para anggota setiap bulannya menjadi acanaman karena banyaknya perusahaan yang baru dibuka pada bidang yang sama dengan perusahaan ini.
- 3) Para anggota tidak terlalu aktif dalam melakukan pemasaran terhadap produk sementara banyak pesaing yang memiliki anggota yang lebih aktif.
- 4) Kurangnya edukasi yang dimiliki para anggota terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen dan tingkat keinginan untuk lebih aktif menjadi anggota yang masih rendah yang berdampak pada tingkat penjualan.

e. Matriks *Internal Eksternal* (IE)

Matriks internal eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric* (GE-Model). Standart ukuran yang dipakai ialah parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Penggunaan model ini Bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat *korporate* yang lebih detail

		Kekuatan Internal Bisnis		
		Tinggi (3.0 – 4.0)	Sedang (2.0 – 2.99)	Low (1.0 – 1.99)
Daya Tarik Industri	Tinggi (3.0 – 4.0)	1. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3. RETRENCHMENT <i>Turnaround</i>
	Sedang (2.0 – 2.99)	4. STABILITY Hati-hati	5. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal STABILITY Tidak ada perubahan profit strategi	6. RETRENCHMENT <i>Captive Company</i> atau <i>Divestment</i>
	Low (1.0 – 1.99)	7. GROWTH Difersifikasi Konsentrik	8. GROWTH Difersifikasi Konglomerat	9. RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi

Gambar 4.3. Diagram Model untuk Strategi Korporat

Berdasarkan dari diagram di atas, total skor kekuatan internal bisnis memiliki angka sebesar 3.40 dan total skor daya tarik industrinya sebesar 3.41, maka matriks *Internal* dan *Eksternal* menunjukkan di posisi sel nomor 1 yaitu *Growth* yang memiliki arti didesain untuk mencapai pertumbuhan melalui konsentrasi bisa mencapai integrasi vertikal dengan cara *backward integration*, dimana strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi.

C. Pembahasan

Pemberdayaan adalah program yang berkonsep dan bertujuan untuk mengoptimalkan sumberdaya manusia (member) sesuai dengan kemampuan dan kapasitasnya. Pemberdayaan merupakan dorongan untuk melakukan kegiatan membetuk ketidakberdayaan menjadi berdaya. Sehingga member-member yang pasif menjadi aktif dan berdampak pada meningkatnya karir. Pimpinan melakukan porses pemberdayaan dengan membuat pelatihan untuk menambah ilmu dan keterampilan serta melakukan HS home searing setiap bulan. Program strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh pimpinan atau *leader* PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dengan membetuk kesadaran member, memotivasi, bergotong-royong / bekerja sama antar member atau leader ke member, dan yang terakhir menggunakan strategi fasilitas.

Dengan strategi pemberdayaan yang dilakukan dilingkungan kerja, akan menghasilkan *member* yang bermutu, berkualitas, bertanggungjawab agar mampu menurunkan jumlah member pasif dan menjadi member aktif dengan mengembangkan dirinya dengan sebaik-baiknya sehingga akan berdampak pada pencapai karir yang diharapkan. Hal ini ditunjukkan pada hasil total skor kekuatan internal bisnis memiliki angka sebesar 3.40 dan total skor daya tarik industrinya sebesar 3.41 yang memiliki arti bahwa pemberdayaan sumberdaya ialah member dengan segala potensi yang dimiliki sebagai kekayaan perusahaan yang harus didayagunakan secara optimal.

Dengan melakukan program pemberdayaan berarti pemimpin membantu smember untuk menentukan eksistensi dirinya, dengan memahami kekuatan dan kelemahannya, serta memberikan ruang dan waktu untuk mengekspresikan potensi diri disaat menjalankan pekerjaan di dalam organisasi. Sehingga kebutuhan akan pemberdayaan sumberdaya manusia sudah saatnya untuk ditegakkan agar berdampak pada peningkatan kinerja anggota yang pada akhirnya meningkatkan karir dan taget penjualan.

Pemberdayaan telah dilakukan oleh pimpinan member secara konsisten dan terprogram. sehingga kinerja atau target yang dibutuhkan perusahaan dapat

diketahui dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui AVO. Hanya saja program yang direncanakan tersebut belum didukung secara optimal oleh para anggota di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan. Masih banyak para anggota yang dinilai pasif.

Beberapa anggota memiliki alasan mengapa mereka tidak begitu aktif pada PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan, yakni masih belum banyaknya edukasi mengenai produk dan sistem penjualan di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan, tidak memiliki waktu untuk mengikuti pelatihan yang bertujuan agar menambah edukasi dan wawasan para anggota, belum memiliki modal yang cukup untuk membeli produk-produk yang dijadikan contoh atau *sample* agar pembeli mau melihatnya secara langsung tidak melalui katalog, hanya membeli produk yang dijual PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan untuk dikonsumsi sendiri bukan untuk dijual kembali dengan mendapatkan potongan harga, tidak mempunyai akses atau sarana yang memadahi untuk melakukan pemasaran secara *online* sehingga penjualan yang dilakukan masih dengan cara yang tradisional yaitu menawarkan produk melalui *mouth to mouth*, dan ada juga yang beralasan mereka hanya mencoba-coba saja mengikuti bisnis ini.

Saat ini Bussines Center 9 Medan sudah mengimplementasikan kebijakan pemberdayaan member, melalui: komitmen adalah bentuk kesepakatan dari semua pihak, menghargai setiap peran individu dan kesuksesannya serta menempatkan keberhasilan pribadi sebagai keberhasilan bersama. Keberhasilan kerja tim terletak pada harmonisasi dan kolaborasi antara member serta *leader*, dalam mewujudkan tujuan dan harapan yang sama. Semua pihak dituntut untuk menjalin hubungan yang sinergis dan mutualis. Agar menumbuhkan kemitraan secara internal di lingkungan Bussines Center 9 Medan, sehingga akan menjalin kebersamaan dan kesetaraan dalam mencapai keberhasilan meningkatkan karir di PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan.

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan merupakan kegiatan yang bisa dikerjakan oleh setiap orang yang

berkeinginan mempunyai tambahan penghasilan tanpa mengganggu aktifitas rutin para anggota tersebut. Konsep sejahtera yang diterapkan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menggunakan metode paling sederhana yaitu merubah pengeluaran bulanan menjadi penghasilan bulanan dan konsep sehat dengan metode At-Thibbun Nabawi adalah metode sederhana, mudah dan murah.

Sangat disayangkan sekali jika para anggota masih terlalu banyak yang belum aktif dan hanya menjadikan produk-produk PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan sebuah produk yang dikonsumsi untuk pribadi saja bukan untuk dipasarkan. Padahal pimpinan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan telah memberikan pelatihan guna meningkatkan pemberdayaan dan pengelolaan sumberdaya manusia para anggota (*member*).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersumber dari hasil penelitian diatas maka peneliti megambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Program pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan dalam meningkatkan pemberdayaan para anggotanya yaitu dengan cara membangkitkan tingkat kesadaran dan motivasi, memberikan fasilitas atau sarana untuk menambah edukasi yang dimiliki oleh para anggota, dan membentuk rasa gotong royong atau kerja sama yang baik antara para anggota dengan *upline*-nya. Pada pengelolaannya, PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan melakukan beberapa strategi yaitu melakukan rekrutmen dan seleksi yang lebih ketat atau selektif agar tidak memperbanyak anggota yang pasif, memberikan pelatihan dan pengembangan kepada para anggotanya agar lebih bertambah wawasannya, setelah melakukan rekrutmen, seleksi dan pelatihan PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan melakukan penilaian kinerja yang telah diberikan anggota maka yang terakhir PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan memberikan kompensasi berupa bonus-bonus yang telah disepakati di awal rekrutmen sesuai dengan porsi atau kinerja di setiap bulannya.
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah yang *Pertama*, *member* memiliki tiggkat pendidikan yang berbeda, seperti pendidikan terakhir, pengalaman kerja, dan usia. Hal ini jelas akan menyulitkan serta menghambat kelancaran dalam pelaksanaan pelatihan serta pendidikan dikarena daya tangkap, mereka terhadap pelajaran yang diberikan berbeda. *Kedua*, minimnya jumlah *leader* yang ahli berkomunikasi secara efektif atau *teaching skill* dalam mentransfer pengetahuannya kepada para *member*. Akibatnya, harapan yang diimpikan tidak tercapai.

3. Hasil analisis SWOT yang telah didapat pada PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah nilai skor yang di dapat dari masing-masing faktor yang terjadi sebagai berikut, *strength* 3.25, *weakness* 0.15, *opportunity* 3.23, *threat* 0.18. dari nilai skor tersebut diketahui bahwa total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 3.10, didapatkan dari skor *strength* dikurangi dengan skor *weakness* yaitu 3.25 dikurang 0.15. Sementara terdapat perbedaan jumlah skor dari faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 3.05 didapatkan dengan cara skor *opportunity* dikurangi dengan skor *threat* yaitu 3.23 dikurang 0.18. Jadi titik koordinat pada pemberdayaan sumberdaya manusia anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan adalah (3.10 : 3.05). Dengan jelas menunjukkan bahwa anggota (*member*) PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan menempati posisi kuadran *growth* dan keadaan ini sangat menguntungkan. Hal ini menjadi peluang besar bagi member, serta menjadi kekuatan untuk meningkatkan karir dengan memanfaatkan peluang ini. Hal ini menjadi kiat yang harus dilakukan dalam mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Total skor kekuatan internal bisnis memiliki angka sebesar 3.40 dan total skor daya tarik industrinya sebesar 3.41, maka matriks *Internal* dan *Eksternal* menunjukkan di posisi sel nomor 1 yaitu *Growth* yang memiliki arti didesain untuk mencapai posisi pertumbuhan dengan konsentrasi bisa mencapai integrasi vertikal melalui cara *backward integration*, yang artinya perusahaan memiliki posisi kompetitif dengan memiliki pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Dan strategi yang dilakukan yaitu pertama, peran aktif *upline* yang mengayomi para anggota dapat meningkatkan kualitas dan pendapatan anggota setiap bulannya. Kedua, komunikasi yang baik antara anggota (*member*) dengan *upline* dapat meningkatkan target pada masing-masing anggota. Ketiga, Membina rasa tanggungjawab kepada seluruh anggota dengan cara memberikan penghargaan untuk anggota yang semangat dan termotivasi untuk selalu aktif dalam keanggotaannya. Dan terakhir banyak pelatihan yang ditawarkan oleh pimpinan/ *upline* kepada

para anggota dengan mengadakan *training* semenarik mungkin untuk memberdayakan dan mengelola anggota sehingga dapat lebih unggul dari anggota perusahaan pesaing.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. PT. HNI-HPAI Bussines Center 9 Medan harus lebih memaksimalkan program pemberdayaan bagi para *member* diantaranya dengan membuat komunikasi yang baik antara anggota (*member*), *training* berkala untuk menambah pengetahuan dan rasa tanggungjawab para *member*. ketika perusahaan memberikan pelatihan ataupun sosialisasi seharusnya setiap *member* terlibat langsung sehingga membuat para *member* termotivasi untuk semangat, berani, percayadiri, tanggungjawab serta memiliki keinginan yang kuat untuk berhasil sehingga dapat meningkatkan prestasi yang akan berpengaruh pada karir.
2. Para *upline* yang telah merekrut atau mengajak anggota *member* baru, sebaiknya lebih sering melakukan komu bersnikasi baik langsung maupun tidak langsung untuk menilai sejauh mana pemahaman *member* tersebut dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis tersebut. Selain itu Para *upline* juga harus meningkatkan keinginan para *member* untuk maju sehingga menumbuhkan niat dan kemauan agar terus belajar tanpa harus mendeskriminasi. Membuat hubungan baik dengan para *member* sebagai upaya saling mendukung dan melangkah maju bersama.
3. Para anggota juga lebih meningkatkan rasa inisiatif untuk terus tetap belajar tanpa harus menunggu instruksi dari *leader*, dan mau meluangkan waktu untuk mengikuti HS (*home searing*) atau pelatihan sehingga *member* bisa menjadi mandiri dan lebih aktif dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya sebagai anggota. Sehingga bisa meminimalisir anggota yang pasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. ke-III, (Jakarta: Amzah, 2015)
- Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011)
- Antonio, Muhammad Syafi’I *Mengenal MLM Syari’ah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolanya*. (Tangerang: Qultum Media, 2005)
- Amin, Muhamad” *Strategi Pemasaran Mlm (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto) ”*, IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Artmanda W Frista, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jombang : Lintas Media, tt)
- Aziz Hasan, *Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaa Masyarakat*, (Makassar: Pustaka Taman Ilmu, 2018),
- Alma, Buchari Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Bagong Suryanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Prenada Media 2000)
- Bakir, R. Sutyo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009)
- Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2005)
- Daniel Sukalele, “*Pemberdayaan Masyarakat Miskin Di Era Otonomi Daerah*”, dalam wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah diakses tgl. 25 Juni 2014
- Darni, *Pengantar Bisnis* (Pekanbaru: Benteng Media, 2014)
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Hati Emas, 2014)
- Fahmi, *Irham Prilaku Organisasi Teori, Aplikasi, dan Kasus*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004),
- Hasan, Aziz, *Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaa Masyarakat*, (Makassar: Pustaka Taman Ilmu, 2018)
- Hasan, Engking Soewarman, *Strategi Menciptakan Manusia Yang Bersumberdaya Unggul*, (Bandung: Pustaka Rosda Karya, 2002)
- HPAI, *Panduan Sukses HNI-HPAI*, (Jakarta, 2019)
- Huda Nurul dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam*, Kencana, Jakarta, 2015
- Jusmaliani, *Pengelolaan Sumberdaya Insani*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Jawwad, Muhammad Abdul Menjadi Manajer Sukses, (Jakarta: Gema Insani, 2004)
- J David Hunger dan Thomas L, *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: Andi, 1996)
- Kartasasmita, Ginanjar, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: Cides, 1997)
- Kadir A, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an*.(Palu: Amzah. 2010)
- Karim Adiwarman, *ekonomi mikro islami* (jakata: III T, 2002)
- Kotler Philip dan Armstrong, *Marketing Management*, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989)
- Kismono, Gugup, *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2012
- Mardi Yatmo Hutomo. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoretik dan Implementasi*. Makalah Seminar Sehari Pemberdayaan Masyarakat yang diselenggarakan Bappenas, tanggal 06 Maret 2000 di Jakarta. Di akses dari www.bappenas.go.id. Dikutip pada 30 Maret 2019.
- Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2001)

- Muhammad Fuad al-Baqi', Mu'jam al-Mufaras al-Fad al-Quran al-Karim, t.t, DAR Alflkr, hlm. 587-558 Hatta Abdul Malik, Jurnal Dimas, *Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, (Semarang: LPM IAIN Walisongo, 2012),
- Muhamad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983)
- Muslich Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Cet. ke-III, (Jakarta: Amzah, 2015)
- Ndraha, *Taliziduhu Pengantar Teori Pengembangan Sumberdaya Manusia*, Rienika Cipta, Jakarta, 2002
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002),
- R. Sutyo Bakir, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009
- Ramly, Zulchaidir B. *Firly Dwilogi the Master Book to be the Best Market Leader*, (Jakarta: FightheR Management, 2017)
- Sutrisno, *Edy Manajemen Sumberdaya Manusia*, Kencana, Jakarta, 2009
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis : Edisi Pertama*, (Jakarta: PradanaMedia Group, 2004)
- Sahrani Sohari, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah untuk Mahasiswa UIN/IAIN/STAIN/PTAIS DAN Umum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011),
- Sedarmayanti. *Sumberdaya Manusia dan Produktivitas Kerja*. (Bandung: Mandar Maju. 2000)
- Soetomo, *Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2009).
- Suharto Edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung : Refika Aditama, 2006)
- Sumardi, *Pemberdayaan Masyarakat*, Berkah Pustaka, Bandung, 1984, hlm. 23
- Soekanto Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta : Rajawali Press, 2002.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: Suntingan LP3ES,1986)
- Sun, Peng Kheng *Cara Kreatif Mengatasi Kejenuhan Bekerja*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013)

- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Seputra, Yulius Eka Agung Manajemen dan Perilaku Organisasi, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)
- Suryana, Yuyus Kartib Bayu, *Kewirusahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998),
- Pearce dan Robinson, *Manajemen stratejik "Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian"*, (Binarupa Aksara, Jakarta: 1997)
- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 298
- Yusuf Burhanuddin & M. Nur Riyanto Al Arif, *Manajemen Sumberdaya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015
- Zubaedi, *Wacana Pembangun Alternatif: Ragam Prespektif Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Ar Ruzz Media, 2007
- Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013)

Daftar Wawancara

Nama : Khairuddin butar- butar
Jabatan : Pimpinan PT.HNI-HPAIBussines Center (BC9)
Hari/tanggal :
Pukul :
Tempat : Kantor Bussines Center 9 Medan

Peneliti	: Berapa jumlah member yang ada di PT. HNI-HPAI bussines center 9 medan
Peneliti	: Mengapa banyak jumlah member yang pasif
Peneliti	: Bagaimana cara menurunkan nilai jumlah member pasif
Peneliti	: Strategi apa yang bapak lakukan untuk meningkatkan karir para member