

**ANALISIS STRATEGI GESIT PCA DAN *HOME SHARING*
DALAM MENINGKATKAN KINERJA MITRA BINAAN
(Studi Kasus Mitra Binaan BC (Business Center) Banyumas 2 HNI HPAI)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah**

Oleh:

FITRI AYU MAWADAH

NIM. 1617201016

IAIN PURWOKERTO

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**ANALISIS STRATEGI GESIT PCA DAN *HOME SHARING*
DALAM MENINGKATKAN KINERJA MITRA BINAAN
(Studi Kasus Mitra Binaan BC Banyumas 2 HNI HPAI)**

**Fitri Ayu Mawadah
NIM. 1617201016**

E- mail: sayafitri55@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Strategi pengembangan pasar dengan GESIT PCA dan home sharing diharapkan mampu meningkatkan kinerja mitra binaan BC Banyumas 2 yaitu mencapai pangkat karir tertinggi Executive Director (ED) dan memiliki omset yang sehat. Setiap mitra binaan memiliki porsi kerja yang sama, sesuai dengan pangkat karirnya masing-masing. Alasan itulah, BC Banyumas 2 mengadakan home sharing pembinaan rutin setiap minggu dua kali pertemuan.

Penelitian ini jika dilihat dari kajiannya yaitu menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas data yang dilakukan dengan metode triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja beberapa mitra binaan BC Banyumas 2 belum maksimal secara menyeluruh. Ada 6 mitra yang memiliki omset TPG lebih dari sama dengan 3000 poin dan ada 8 mitra yang sudah melakukan GESIT PCA tetapi belum maksimal dalam perolehan omset TPG. Hubungan antara strategi GESIT PCA dengan kinerja mitra binaan adalah semakin mitra melakukan GESIT PCA maka pangkat karir akan naik dan semakin tinggi pangkat karir seorang mitra maka tugasnya semakin berat yaitu fokus membina mitra di bawahnya, sehingga akan tercapai kinerja yang maksimal. Sedangkan Home sharing pembinaan menjadi pertemuan yang penting karena di dalamnya membahas edukasi terkait strategi pengembangan pasar dengan GESIT PCA.

Kata Kunci: Strategi GESIT PCA dan Home Sharing, Mitra Binaan BC Banyumas 2, Kinerja Mitra Binaan.

**ANALYSIS GESIT PCA AND HOME SHARING STRATEGIES IN
IMPROVING FOSTERED PARTNERS PERFORMANCE
(Fostered Partners BC Banyumas 2 HNI HPAI)**

Fitri Ayu Mawadah
NIM. 1617201016

E-mail: sayafitri55@gmail.com

Department Of Sharia Economics Faculty of Economics and Islamic Business
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Market development strategies with GESIT PCA and home sharing are expected to improve the performance of fostered partners BC Banyumas 2, namely achieving the highest career rank Executive Director (ED) and having a healthy turnover. Each fostered partners has the same portion of work, according to their respective career ranks. That is the reason, BC Banyumas 2 holds home sharing coaching routinely twice a week.

This research when viewed from the study then uses field research with a descriptive qualitative approach. The data collection technique use interview, observation and documentation techniques. While data analysis techniques use data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The validity test of the data used is the credibility test of the data which is carried out by the triangulation technique method.

The results of this study indicate that the performance of a number of fostered partners BC Banyumas 2 has not been maximized as a whole. There are 6 partners who have a total group point turnover or more than 3000 points and there are 8 partners who have done GESIT PCA, but they are still ot maximal in obtaining group point turnover. The relationship between the GESIT PCA strategy and the performance of fostered partners is thatthe more partners do GEIT PCA , the career ank will increase and the higher the career rank of partner the heavier the task is to focus on coaching the under partners so that maximum performance will be achieved. While coaching home sharing is an important meeting because it discusses education related to market development strategies with GESIT PCA.

Keywords: GESIT PCA and Home Sharing Strategies, Fostered Partners BC Banyumas 2, Fostered Partners Performance.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	
1. Strategi GESIT PCA	8
2. Home Sharing Pembinaan.....	9
3. Peningkatan Kinerja Mitra	9
4. HNI HPAI	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	
1. Telaah Pustaka	11
2. Kerangka Teori	14
F. Sistematika Pembahasan	16

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Pasar	18
B. Kinerja	
1. Pengertian Kinerja	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja	20
3. Indikator dan Ukuran Kinerja	21
4. Penilaian Kinerja.....	22
5. Motivasi Kerja	24
C. Mitra Binaan	26
D. Silaturahmi Produktif.....	27

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Teknik Analisis Data.....	32
E. Uji Keabsahan Data	34

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Business Center (BC Banyumas 2) PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI)	
1. Profil BC Banyumas 2	35
2. Visi dan Misi.....	38
3. Produk HNI HPAI.....	39
B. Strategi Pengembangan Pasar	
1. GESIT PCA	42
2. Home Sharing Pembinaan.....	46
C. Analisis Strategi GESIT PCA dan Home Sharing Dalam Meningkatkan Kinerja Mitra Binaan BC Banyumas 2	53

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	64
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melihat realita sekarang ini, bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) menyedot perhatian banyak orang. Skema kerja yang relatif mudah bisa dilakukan oleh siapapun, kapanpun dan di manapun serta keuntungan yang tidak sedikit juga ditawarkan bisnis ini sehingga membuat banyak orang tertarik untuk bergabung. Begitu mudahnya seseorang bergabung dalam bisnis tersebut karena tergiur dengan bonus yang ditawarkan dan pendapatan yang tinggi setiap bulannya. Sistem perdagangan ini dipraktekkan oleh beberapa perusahaan, baik berskala lokal, nasional, regional maupun internasional. Sistem perdagangan semacam ini sangat menggiurkan sebagian masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat.

Hal tersebut pada intinya merupakan dampak negatif dari sistem bisnis MLM. Hal ini Sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Partai Keadilan No. 02/K/DS-P/VI/11419, diantaranya adalah obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu sistem ini, suasana yang tidak kondusif terkadang mengarah pada pola hidup hedonis. Sistem ini akan memperlakukan seseorang berdasarkan target-target penjualan yang mereka capai yang pada akhirnya dapat mengindikasikan seseorang yang berjiwa materialis dan melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah di dunia dan akhirat (Marimin, 2016). Hal tersebut bukan tanpa alasan, Robert T. Kiyosaki dalam bukunya yang berjudul "*Rich Dad's The Bussiness School for People who Like Helping People*" meramalkan adanya gaya/tren perubahan tatanan ekonomi dunia yang digerakkan oleh industri pemasaran jaringan (Kiyosaki, 2006:16).

Menjamurnya sistem pemasaran MLM ini mendapat perhatian lebih dari para tokoh ekonomi dan para ulama. Dengan berbagai macam perusahaan MLM yang ada sampai dengan perkembangannya saat ini

sehingga memunculkan model *Multi Level Marketing* (MLM) yang berbasis Syariah atau yang lebih dikenal dengan Halal Network. Perusahaan berbasis Syariah diwajibkan memenuhi janji atau komitmennya sesuai dengan ajaran Islam. Secara realitas, di Indonesia sudah ada yang secara terang-terangan menyatakan bahwa bisnis MLM tersebut sudah sesuai Syariah. Maka dari itu, perlu diketahui mengenai perbedaan antara MLM konvensional dan MLM syariah.

Berikut pernyataan mengenai perbedaan MLM konvensional dan Syariah:

TABEL 1.1
Perbedaan MLM Konvensional dan MLM Syariah

No	Unsur Pembeda	MLM Konvensional	MLM Syariah
1	Sifat	Murni bisnis	Selain bisnis juga bertujuan untuk memberdayakan ekonomi ummat dan dakwah
2	Orientasi	Duniawi semata	Dunia-akhirat
3	Kehalalan produk	Produknya belum tentu halal, tidak ada yang berkompeten dalam penentuan halal	Dijamin halal, karena ada Dewan Pegawai Syariah dalam struktur organisasi
4	Harga produk	Relatif sangat mahal dan eksklusif	Murah dan bersaing dengan harga pasar karena tidak di mark-up
5	Konsumsi produk	Setengah dipaksakan, karena kebanyakan hanya menjadi kebutuhan sekunder	Konsumsi yang wajar, karena menjadi kebutuhan orang dan keluarganya sehari-hari yang tetap harus dipenuhi dan harganya sesuai dengan pasaran
6	Strategi pemasaran	Bebas	Akhlakul karimah dan memenuhi rukun jual beli
7	Struktur pengawasan	Dewan Komisaris	Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Komisaris
8	Bonus/insentif	Pada tahap tertentu mendapat bonus wisata ke luar negeri yang berorientasi hedonisme	Bonusnya untuk hal-hal yang bermanfaat dan bernilai ibadah

9	Frekuensi pertemuan	Pertemuan menjadi yang sangat vital untuk pengembangan jaringan dan dilakukan secara intensif dan formal karena melibatkan kalangan <i>middle to high class</i>	Pertemuan hanya menjadi katalisator dan sifatnya hanya pendukung serta insidental dan dapat diadakan dengan sangat informal karena sifatnya yang menjangkau semua kalangan
10	Produsen produk	Kebanyakan berasal dari luar negeri dan belum tentu Muslim	Kebanyakan berasal dari luar negeri dan pasti Muslim
11	Prospek	Masih cukup besar	Sangat besar, di Indonesia saja yang mayoritas Muslim adalah merupakan pangsa pasar potensial bagi bisnis MLM Syariah
12	Kontribusi	Tidak ada, umat Muslim hanya sekedar menjadi konsumen, sedang sumber daya alam dan finansial umat Muslim hanya menjadi alat untuk memperkaya orang lain dan hanya yang sedikit tertinggal pada distributor-distributornya yang Muslim	Ada kontribusi yang sangat positif, karena dilakukan oleh umat Muslim dan untuk kesejahteraan umat Muslim

Sumber: Kuncoro, Jurnal Sultan Agung Vol.XLV No.119 September-November, 2009: 32-33.

Berbagai macam bisnis MLM yang berlabelkan Syariah semakin sering kita temukan sekarang ini, yaitu MLM Syariah atau lebih dikenal dengan istilah Halal Network. Dengan berbisnis sesuai dengan Syariah, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan finansial saja tetapi mendapatkan sisi keberkahan dalam berbisnis. Bisnis Halal Network memiliki potensi besar untuk berkembang di masa depan, karena penduduk Muslim saat ini menjadi pangsa pasar yang besar. Hal ini dibuktikan dengan konsumen yang beragama Islam menyumbang seperempat dari total jumlah populasi diseluruh dunia (Mustiko Aji, 2019:

12). Pasar Muslim itu relatif homogen, di mana nilai-nilai yang dibagikan relatif sama di seluruh dunia. Hal itu yang membuat pangsa pasar ini sangat potensial. Sehingga juga berdampak pada pertumbuhan bisnis MLM syariah yang berkembang di Indonesia dan sudah terdaftar serta mendapatkan sertifikat DSN MUI seperti Tiens, K-Link, UFO BKB (Bisnis Kemitraan Bersama), Nusantara Sukses Selalu, Momen Global Internasional, dan Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).

Tanggal 27 Juli 2016, DSN-MUI menerbitkan keputusan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI. Perusahaan-perusahaan tersebut yaitu:

TABEL 1.2

Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

No	LEMBAGA	PRODUK	NO. SK
1	PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN-MUI/IV/2015
2	PT. Singa Langit Jaya (TIENS)	Produk Kesehatan	003.38.01/DSN-MUI/II/2016
3	PT. Nusantara Sukses Selalu	Produk Kesehatan	003.40.01/DSN-MUI/III/2016
4	PT. K-Link Nusantara	Produk Kesehatan, Kosmetika dan Aksesoris Kesehatan	002.49.01/DSN-MUI/1/2017
5	PT. UFO BKB (Bisnis Kemitraan Bersama) Syariah	Produk Kesehatan	003.50.01/DSN-MUI/I/2017
6	PT. Momen Global Internasional	Nutrisi Kesehatan	006.53.01/DSN-MUI/VII/2017
7	PT. Veritra Sentosa Internasional	Layanan Pembayaran Multiguna (Pay Tren)	010.57.01/DSN-MUI/VIII/2017

Sumber: <https://dsnmu.or.id/sertifikat/senarai-perusahaan-bersertifikat/>

Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) atau lebih dikenal dengan Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) merupakan perusahaan bisnis Halal Network asal Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal, dan didirikan oleh pengusaha Muslim Indonesia. HNI-HPAI sesuai dengan akta pendirian,

secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. HNI-HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas dengan berazaskan Thibbun Nabawi (pengobatan ala nabi), serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship* (Panduan Sukses HNI). HNI HPAI memiliki sistem kerja yang dikelola oleh tim Leader terbaik yang telah membuktikan prestasi terbaik dan keteladanan tertinggi dalam melakukan Cara Kerja Benar di HNI HPAI yaitu *system CELLS (Cooperation Of Executive Loyal Leaders)*. Seorang agen HNI HPAI dikatakan sebagai penguasa pasar apabila mencapai pangkat karir tertinggi yaitu ED (*Executive Director*) dan menjadi agenstok sebagai penyedia produk untuk pangsa pasar Muslim di seluruh dunia.

Menjadi seorang *market leader* atau penguasa pasar merupakan hasil dari kinerja agen HNI HPAI yang sudah disusun dalam sebuah strategi kerja yaitu GESIT PCA dan Home Sharing. Hal ini sesuai dengan paradigma sukses yang disusun oleh tim CELLS dalam sebuah sistem yang disebut *support system*. Setiap agen HNI HPAI memiliki kesempatan yang sama untuk meraih kesuksesan tersebut. Untuk mencapai kesuksesan, hal yang paling mendasar adalah melakukan CaKeB (Cara Kerja Benar) yaitu dengan strategi GESIT PCA dan home sharing.

Agan HNI HPAI yang sudah berkomitmen menjalankan strategi tersebut cepat atau lambat insyaAllah akan menuai hasilnya. Hal penting yang harus dilakukan oleh agen HNI HPAI dimana pun dan kapanpun usahakan agar bisa GESIT PCA dan mengadakan atau mengikuti home sharing. Agen HNI HPAI dapat mengikuti acara-acara spesial, seperti BOSS (*Business Opportunity Success Seminar*), Grand BSC (*Basic Skill Course*), HEBAT (*Herbalist Entrepreneur and Business Achievement Training*), SBP (*Success Business Program*), KHT (*Kuliah Herba Thibbunnabawi*) dan lain-lain.

Menjadi seorang agen di HNI HPAI merupakan pekerjaan yang penuh amanah. Setiap agen (mentor) harus selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada para mitranya dengan baik walaupun tidak full dalam sehari. Jadi semakin tinggi pangkat karir agen tersebut, maka tugasnya akan semakin banyak karena harus membina mitra dibawahnya yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Pembinaan kepada mitra dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Sehingga manajemen waktu dapat diatasi apabila berbenturan dengan aktivitas sehari-hari.

BC (Business Center) merupakan kantor cabang perusahaan HNI HPAI yang pusatnya ada di Jakarta. BC Banyumas 2 didirikan oleh Ibu Uswatun Khasanah. BC (*Bussiness Center*) Banyumas 2 merupakan kantor cabang HNI HPAI yang aktif melakukan pembinaan bagi para mitranya secara *offline*. Pembinaan tersebut bertujuan untuk menciptakan gerakan-gerakan baru dan melatih menumbuhkan kreativitas para mitranya. Perlu diketahui, bisnis di HNI HPAI itu tidak sulit, semua orang bisa menjalankannya asalkan mereka memiliki kemauan untuk menjalankan strategi bisnisnya.

Namun, tidak semudah itu mengubah *mindset* para mitra binaan yang awalnya sudah mengira bahwa bisnis jaringan itu ujung-ujungnya menjual produk untuk menghasilkan keuntungan finansial tanpa melakukan strategi bisnisnya. Faktanya, ketika para mitra binaan baru bergabung bersama HNI HPAI, mereka belum melakukan cara kerja yang sesuai dengan strategi bisnis. Hal ini dibuktikan ada beberapa mitra binaan yang masih mengutamakan pendapatan dari bonus penjualan langsung dari pada hijrah memakai produk itu sendiri. Maka dari itu, para mitra binaan seharusnya menghadiri acara home sharing pembinaan di BC Banyumas 2 untuk mendapatkan akses ilmu mengenai bagaimana menjalankan bisnis bersama HNI HPAI. Sehingga diharapkan mereka kembali kepada visi misi (tujuan) HNI HPAI serta dapat menjalankan strategi bisnis tersebut sesuai dengan arahan mentor dan sistem (*follow the mentor and follow the system*).

Jumlah mitra binaan BC Banyumas 2 kurang lebih berjumlah 3.000 mitra yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Wawancara dengan Ibu Uswatun Khasanah). Namun, dalam hal ini penulis memberikan batasan jumlah sampel kepada para mitra binaan yang hanya aktif mengikuti pembinaan secara *offline* saja di BC Banyumas 2. Karena hal itu sangat memudahkan penulis untuk mengamati secara langsung para mitra binaan sehingga tidak ada rekayasa data dalam kepenulisan. Berikut beberapa mitra binaan yang mengikuti home sharing Pembinaan di BC Banyumas 2 secara *offline*, yaitu:

TABEL 1.3
Mitra Binaan BC Banyumas 2

No	Nama	Pangkat Karir	Waktu Bergabung
1	Ari Indarwati	M	2018
2	Ari Marhamah	M	2018
3	Dewi Rosiana	M	2016
4	Eko Sudaryanti	M	2019
5	Erny Widiyawati	SM	2016
6	Fathonatul Munawaroh	M	2018
7	Iis Pujawati	M	2017
8	Khomsah	M	2019
9	Nafisatunazah	SM	2017
10	Nining Zulaekhah	SM	2017
11	Nur Laelatul Rojabiyah	M	2019
12	Retno Handayani	M	2018
13	Septi Setiani	M	2018
14	Sri Eki Ristuti	EM	2017
15	Sudarti	SM	2019
16	Suriyah	M	2019
17	Sutiyah	M	2017
18	Umi Ahmadah S.Pd.I	M	2018
19	Wiharni Yudi Prastiwi	M	2019
20	Yani Rakmawati	M	2019

Sumber: Wawancara dengan owner BC Banyumas 2 ibu Uswatun Khasanah pada 11 Desember 2019.

Keterangan:

M : Manager

SM : Senior Manager

EM : Executive Manager
D : Director
SD : Senior Director
ED : Executive Director

Maka dari itu, home sharing pembinaan sangat membantu bagi mereka yang masih belum memahami bagaimana menjalankan bisnis HNI HPAI. Semangat CaKeB (Cara Kerja Benar) yang dipupuk oleh Ibu Uswatun Khasanah kepada para mitranya diibaratkan sebagai bentuk perhatian dan motivasi orang tua kepada anaknya, karena tidak ada orang tua manapun yang ingin anak-anaknya merasakan kesedihan dan tidak sejahtera. Para mitra tidak bekerja sendirian namun bersama tim (mitranya) sehingga pekerjaan terasa lebih mudah. Mereka selalu dibina untuk lebih memahami mekanisme strategi GESIT PCA dalam acara home sharing pembinaan sehingga sampai pada tujuan perusahaan HNI HPAI, minimalnya bisa berdampak pada diri sendiri yaitu menjadi pemakai loyal produk HNI HPAI.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI GESIT PCA DAN HOME SHARING DALAM MENINGKATKAN KINERJA MITRA BINAAN (Studi Kasus Mitra Binaan Business Center Banyumas 2 Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI))”.

B. Definisi Operasional

1. Strategi GESIT PCA

GESIT PCA merupakan sebuah akronim dari Gemar Silaturahmi Produktif – Pakai Cerita Ajak. GESIT adalah silaturahmi yang produktif, silaturahmi yang memiliki semangat produktifitas yang tinggi, untuk memberi manfaat bagi banyak manusia. Salah satu kunci sukses adalah semangat silaturahmi. Sedangkan PCA merupakan pemakaian produk secukupnya sesuai kebutuhan sehat keluarga dan

menceritakan tentang pengalaman (testimoni) apa yang sudah dirasakan lalu mengajak calon prospek untuk menggunakan produk yang kita gunakan (Ramly, 2018: 248).

2. Home Sharing Pembinaan

Home sharing pembinaan adalah media paling mudah, murah, dan cepat dalam membangun kekuatan team, karakter diri, nilai-nilai luhur dalam budaya kerja, serta menularkan semangat dengan cara yang sederhana tapi dengan dampak yang luar biasa (Ramly, 2018:249-250). Media untuk “*menggoreng*” cita-cita menjadi aksi-aksi nyata, dibangun dari dorongan motivasi dalam energi saling berbagi. Sarana evaluasi, koreksi, sekaligus ruang utama dalam menyusun strategi bersama mentor, team, dan rekan dalam satu grup.

3. Peningkatan Kinerja Mitra

Kinerja merupakan melakukan suatu pekerjaan dan mendapatkan hasil dari pekerjaan tersebut. Juga dapat dipahami kinerja itu berkenaan dengan apa yang dilakukan dan bagaimana melakukannya (Abdullah, 2014: 259). Kinerja yang harus dicapai para mitra binaan yaitu menjadi penguasa pasar dengan pangkat karir Executive Director (ED) dengan menjalankan strategi GESIT PCA dan Home Sharing.

4. HNI HPAI

HNI HPAI adalah Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia merupakan perusahaan bisnis Halal Network di Indonesia yang didirikan oleh para pengusaha Muslim di mana fokus pada produk-produk herbal dan berkualitas. Sesuai akta pendirian perusahaan, HNI HPAI secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. HNI HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibbun Nabawi (pengobatan ala nabi) serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship* (Panduan sukses HNI HPAI).

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kinerja mitra binaan BC banyumas 2 dalam melakukan strategi GESIT PCA ?
2. Bagaimana kinerja mitra binaan BC Banyumas 2 dalam melakukan strategi Home Sharing ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Mengetahui kinerja mitra binaan BC Banyumas 2 Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) dengan melakukan strategi GESIT PCA.
- b. Mengetahui kinerja mitra binaan BC Banyumas 2 Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) dengan strategi home sharing.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Secara akademis
 - 1) Dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai kinerja SDM (Sumber Daya Manusia) dalam sebuah bisnis jaringan khususnya mitra binaan (agen) HNI HPAI.
 - 2) Dapat mengetahui bagaimana strategi GESIT PCA dan Home Sharing dapat meningkatkan kinerja mitra binaan BC (Business Center) Banyumas 2 Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI).
- b. Secara praktisi
 - 1) Sebagai referensi bagi HNI HPAI dalam memajukan bisnisnya kedepan dalam menghadapi persaingan usaha yang ketat.

- 2) Sebagai bahan informasi bagi member (mitra, mentor dan leader) dan non-member mengenai strategi GESIT PCA dan Home Sharing sebagai strategi pengembangan pasar.

E. Kajian Pustaka

1. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah telaah terhadap hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji. Kemudian, bagaimana hasilnya jika dikaitkan dengan tema penelitian yang akan dikerjakan dan apa atau bagian mana yang belum diteliti.

Skripsi yang ditulis oleh Bety Fadillah (2015) yang berjudul “*Analisis Fatwa DSN-MUI No. 7 /DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Sistem Operasional Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Kangzen Kenko Indonesia di Surabaya*”. Skripsi ini membahas tentang sistem operasional Multi Level Marketing (MLM) Kangzen Kenko Indonesia (KKI) di Surabaya menggunakan sistem *break away*. Sistem ini mengembangkan jaringannya mengutamakan kelebaran. Semakin banyak *downline* semakin besar bonus.

Selanjutnya, skripsi yang ditulis oleh Muhamad Amin (2018) yang berjudul “*Strategi Pemasaran Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)*”. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran dalam bisnis MLM atau Multi Level Marketing.

Dalam jurnal Ekonomi Syariah oleh Anita Rakhmawaty yang berjudul *Bisnis Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam*, menjelaskan bahwa multi level marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan konsumen untuk menyalurkan suatu produk tertentu dengan menggunakan beberapa level. Strategi ini sangat populer karena adanya dukungan akses jaringan sosial modern. Namun demikian, dalam perkembangannya, muncul penipuan bisnis yang berkedok MLM sehingga membuat citra bisnis MLM ini menjadi buruk di mata masyarakat.

Akibatnya, bisnis MLM ini sering menerima kritik dari masyarakat. Hal ini disebabkan sebagian besar orang yang berbisnis MLM tidak memahami karakteristik dari bisnis MLM secara keseluruhan, baik apakah dalam bisnis ini mengandung unsur yang dilarang atau tidak, dan apakah sistem pemasaran bisnis ini sesuai dengan hukum Islam. (Rakhmawaty, Jurnal EI Vol. 2 No.1).

Skripsi tentang *Strategi Bisnis Multi Level Marketing Syariah Melalui Syiar Halal Network (Studi Kasus pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Bussiness Center Cabang Purwokerto)* ditulis oleh Risma Umami (2019) menjelaskan tentang strategi melalui bingkai dakwah dalam mempromosikan produk halal milik Muslim (Umami, 2019).

Skripsi tentang *Pelaksanaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Umrah/Haji Plus PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya (Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)* ditulis oleh Nurman Najib (2012) membahas tentang sistem PLBS yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya bahwa tidak bertentangan dalam Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009. Demikian terlihat dari sistem akad yang jelas dan tidak memberatkan pihak manapun (Najib, 2012).

Jurnal Penelitian yang ditulis oleh Agus Marimin dkk, tentang *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam* yang menjelaskan mengenai pandangan beliau tentang bisnis MLM.

TABEL 1.4

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Muhammad Amin (2016)	Strategi Pemasaran MLM (Multi Level	Penelitian ini menjelaskan bahwa sistem pemasaran	Lokasi penelitian yang berbeda.

	Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus PT Natural Nusantara cabang Negara)	PT NASA Cabang Purwokerto tidak terdapat sistem money game atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang berada diatas dan dilarang Ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa ada produk yang dijual	
Bety Fadillah (2015)	Analisis Fatwa DSN-MUI No. 7 /DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Sistem Operasional Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Kangzen Kenko Indonesia di Surabaya	Penelitian ini membahas tentang sistem operasional Multi Level Marketing (MLM) Kangzen Kenko Indonesia (KKI) di Surabaya menggunakan sistem <i>break away</i> .	Objek penelitian ini adalah sistem <i>break away</i> (Semakin banyak <i>downline</i> semakin besar bonus).
Anita Rakhmawaty (2016)	Bisnis Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Menjelaskan bahwa multilevel marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan konsumen untuk meyalurkan suatu produk tertentu dengan menggunakan beberapa level. Strategi ini sangat populer karena adanya dukungan akses jaringan sosial modern.	Objek penelitian ini adalah MLM dalam perspektif Islam.
Risma Umami (2019)	Strategi Bisnis Multi Level Marketing Syarah Melalui Syiar	Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi melalui bingkai	Objek penelitian adalah strategi syiar Halal Network.

	Halal Network (Studi Kasus pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Bussiness Center Cabang Purwokerto)	dakwah dalam mempromosikan produk halal milik Muslim.	
Nurman Najib (2012)	Pelaksanaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Umrah/Haji Plus PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya (Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)	Bahwa tidak bertentangan dalam Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009. Demikian terlihat dari sistem akad yang jelas dan tidak memberatkan pihak manapun	Objek penelitian tentang sistem akad yang sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009.

2. Kerangka Teori

Kerangka teori menjelaskan tentang dasar-dasar atau kaidah-kaidah teoritis serta asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang ada dalam penelitian. Teori yang akan dijadikan dasar dalam penelitian dapat berasal dari teori-teori yang harus dapat dipertanggungjawabkan melalui kajian literatur kepustakaan dan menyebutkan sumbernya.

Dalam buku Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar.,SH.,M.Ag. yang berjudul *Teologi Ekonomi Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*. Dalam bab 5 Meraih Sukses Dalam Bisnis Tuntunan Syariah membahas poin penting yaitu membangun jaringan dengan silaturahmi (*silat al-Rahim Networking*) mengemukakan kesuksesan dari sebuah

korporat yang dibangun dalam jejaring sosial. Semakin luas dan intens yang dirajut, berkecenderungan akan semakin kuat hubungan antar pihak dengan prinsip saling menguntungkan. Perlu dipahami, bahwa membangun jaringan itu haruslah bersifat yang positif (Djakfar, 2010: 218-219).

M Rozani PC dalam bukunya yang berjudul *Mind Therapy for MLM :Sukses Merangkai Gurita Bisnis Paling Luas dan Menguntungkan*. Menjelaskan mengenai ketakutan dalam bisnis MLM, dan motivasi bergabung dengan bisnis MLM. Diantara ketakutan tersebut adalah takut gagal, takut pada penolakan, takut pada sesuatu yang tidak pasti, dan takut pada komitmen kerja. Sedangkan faktor yang membentuk motivasi berbisnis MLM adalah kehidupan dan keluarga, peningkatan karir anda, keuangan, meningkatkan kesuksesan, tingkat kualitas hidup, dan menciptakan masa depan yang sukses (Rozani, 2007: 245-249).

Yuyus Suryana dan Kartib Bayu dalam bukunya yang berjudul *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses* membahas salah satu bab mengenai motivasi berprestasi. Dalam bab tersebut menjelaskan mengenai teori motivasi. Motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motif timbul karena adanya kebutuhan. Kebutuhan dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut segera pemenuhannya, untuk segera mendapatkan keseimbangan. Sehingga dari kebutuhan maka akan timbul motivasi dan dilakukan tindakan untuk merealisasikan motivasi tersebut (Suryana dan Bayu , 2011:99).

Ir. H. Moko P. Astamoen dalam bukunya yang berjudul *Enterpreneurship Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia* membahas mengenai Networking. Networking adalah proses aktif membangun dan memelihara hubungan-hubungan produktif sebuah jaringan besar yang terdiri atas hubungan-hubungan pribadi dan organisasi. Proses ini mencakup semua orang yang bekerja bersama dengan anda, rekan sejawat, anggota tim, bawahan, dan yang lainnya.

Juga mencakup ikatan-ikatan eksternal hubungan dengan pelanggan, pemasok, kompetitor, investor dan masyarakat (Astamoen, 2008:224).

Hendy Mustiko Aji dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Syariah: Teori dan Praktik* membahas mengenai lingkungan pemasaran dalam perspektif Syariah yang di terdiri atas sub pembahasan menarik yaitu mengupas epistemologi pemasaran syariah, konsep Maqashid Syariah, Aksiologi pemasaran Syariah, serta beberapa hukum pemasaran seperti permintaan dan penawaran dalam perspektif Syariah dan strategi pemasaran Syariah (2019).

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian lebih rinci. Secara keseluruhan sistematika penyusunan penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian dari awal penelitian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran. Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.
2. BAB II Landasan teori dari penelitian, berisikan tentang teori-teori mengenai penelitian yang sudah diuji kebenarannya.
3. BAB III membahas tentang metode penelitian antara lain: jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.
4. BAB IV berisi mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap kinerja mitra binaan Bussiness Center (BC) Banyumas 2 HNI HPAI.

5. BAB V Penutup berisi kesimpulan dan saran yang menyangkut dengan penelitian yang telah diteliti oleh penulis.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan mengobservasi, mewawancarai dan melakukan dokumentasi kepada subjek penelitian yaitu mitra binaan BC Banyumas 2 mengenai kinerja mereka dengan melakukan strategi GESIT PCA dan Home Sharing maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mitra binaan BC Banyumas 2 dalam melakukan strategi GESIT PCA sangat mempengaruhi kinerjanya, karena strategi ini adalah kunci dasar dalam berbisnis bersama HNI HPAI. Secara kuantitas (indikator dan ukuran kinerja yang optimal) kinerja mitra binaan BC Banyumas 2 belum maksimal dikarenakan tidak sesuai dengan standar tersebut. Akan tetapi, secara kualitas sudah baik karena para mitra binaan sudah menjadi pemakai loyal produk. Menjadi seorang pemakai juga berarti mereka memahami ide besar bisnis HNI HPAI yaitu hijrah *Lifestyle*. Dengan begitu, mudah bagi mentor untuk terus memberikan semangat tentang strategi GESIT PCA dan merencanakan aksi kedepannya melalui GESIT PCA.
2. Strategi home sharing pembinaan dilakukan oleh mentor kepada para mitra untuk memberikan masukan-masukan baik dalam hal kinerjanya atau memperkuat motivasi dengan aktualisasi diri melalui HNI HPAI. Hasil penilaian kinerja tersebut baik secara kuantitas dan kualitas akan menjadi bahan evaluasi bagi para mitra dan mentor untuk membahas bagaimana solusi menghadapinya. Untuk mendiskusikan permasalahan tersebut maka para mitra mengikuti home sharing pembinaan di BC Banyumas 2 dan mengajak para mitranya mengikuti pembinaan tersebut dengan tujuan untuk membentuk karakter MAMPU dan menumbuhkan semangat dalam memperbaiki niat sehingga hasil kinerja akan maksimal.

3. Ditinjau dari analisis Ekonomi Syariah, bahwa strategi GESIT PCA dan home sharing ini merupakan kegiatan silaturahmi yang memiliki dampak positif dan kegiatan silaturahmi ini dilakukan sebagai bentuk mempersatukan niat sehingga sampai pada visi dan misi perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Mitra Binaan BC Banyumas 2 PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI), ada beberapa saran yang penulis berikan antara lain:

1. Bagi Praktisi

Sebagaimana yang telah disebutkan bahwa PT. HPAI atau sekarang lebih dikenal dengan sebutan HNI HPAI adalah bisnis jaringan syariah yang dalam perniagaan selalu memperhatikan kualitas produk dan menggunakan strategi pengembangan pasar yang mudah dilakukan oleh siapapun yaitu GESIT PCA dan mengikuti home sharing pembinaan. Maka dari itu bagi agen HNI HPAI tidak perlu ragu, malas, dan takut untuk menyebarkan kebaikan kepada semua orang serta abaikan penolakan yang terjadi akan tetapi fokus pada mitra yang serius ingin menjalankan bisnis ini bersama.

2. Bagi Akademisi

Adapun saran bagi kalangan akademisi diharapkan dapat menambah khasanah ilmu mengenai strategi pengembangan pasar pada bisnis jaringan dengan referensi secara lebih global dan mendalam serta dapat membentuk karakter diri menjadi lebih positif dan percaya diri untuk melanjutkan perjuangan dalam ranah perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aji, Hendy Mustiko. 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Alma, Buchari dan Priansa, Juni. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Asqalani, Al- Hafidzh Ibnu Hajar. 773. *Bulughul Maram*. Surabaya.
- Al-Qur'an dan Terjemah. Departemen Agama Republik Indonesia.
- Amin, Muhammad. 2016. *Strategi Pemasaran MLM (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi IAIN Purwokerto.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astamoen, Moko P. 2015. *Entrepreneurship Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Bisri, Moh. Adib. 1977. *Tarjamah Al-Faraidul Bahiyah (Risalah Qawa'id Fiqh)*. Kudus: Menara Kudus.
- Dharma, Surya. 2013. *Manajemen Kinerja: Falsafah, Teori, dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djakfar, Muhammad. 2010. *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*. Malang: UIN Maliki Press.
- Dwi Putra, Ade Surya. 2018. *Komunikasi Persuasif PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Dalam Membangun Jaringan di Kota Pekanbaru*.
- Fadillah, Bety. 2015. "Analisis Fatwa DSN-MUI No. 7 /DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Sistem Operasional Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Kangzen Kenko Indonesia di Surabaya". Skripsi.
- Fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah (PLBS).
- Firly Ramly, Zulchaidir B. 2018. *The Master Book To Be The Market Leader: Hand Book to Agents HNI HPAI*. Jakarta: Tim FIGHTER.

- Ghazali, Muhammad Iqbal. 2009. *Silaturahmi, Keutamaan, dan Anjuran Pelaksananya*.
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Ho, Andrew dan Gym, Aa. 2006. *The Power of Network Marketing: Hikmah Silaturahmi dalam Bisnis*. Bandung: MQS Publishing.
- Ibnu Katsir. 2012. *Tafsir Al-Quranul'Adzim Ibnu Katsir*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Izza, Muhammad. 2015. *Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: STAIN Pekalongan Press.
- Jarifin, Ahmad. 2019. *88 Strategi Bisnis Ala Rasulullah Yang Tidak Pernah Rugi*. Yogyakarta: Araska.
- Kamil, Mustofa. 2006. "Strategi Kemitraan Dalam Membangun PNF Melalui Pemberdayaan Masyarakat".
- Katalog Produk HNI HPAI.
- Kiyosaki, Robert T. 2006. *Rich Dad's The Business School for People who Like Helping People*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kuncoro, Anis Tyas. 2009. "Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah". *Jurnal Sultan Agung* Vol.XLV No.119.
- Marimin, Agus. Dkk. 2016. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 2 No. 2.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Najib, Nurman. 2012. "Pelaksanaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Umrah/Haji Plus PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya (Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)". Skripsi.
- Panduan Sukses HNI HPAI.

- Purhantara, Wahyu. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rakhmawaty, Anita. "Bisnis Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Islam* Vo. 2 No. 1.
- Rozani, M.PC. 2007. *Mind Therapy for MLM :Sukses Merangkai Gurita Bisnis Paling Luas dan Menguntungkan*. Bandung : PT. Mizan Publika.
- Siagian, Sondang P. 2012. *Managemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib. 2011. *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Taufiqurokhman. 2016. *Managemen Strategik*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Umami, Risma. 2019. *Strategi Bisnis Multi Level Marketing Syariah Melalui Syiar Halal Network (Studi Kasus Pada HNI HPAI BC Purwokerto)*. Skripsi IAIN Purwokerto.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo. 2017. *Manajemen Kinerja Edisi Kelima*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, Amin. 2020. *Corporate Strategy: Konsep dan Praktik*. Yogyakarta: Andi.
- Wawancara dengan Ibu Uswatun Khasanah Pada Senin, 09 Desember 2019 di BC Banyumas 2.
- Wawancara dengan Lina Nur Asih (admin BC Banyumas 2) pada Rabu, 11 Desember 2019.
- Wawancara dengan Ibu Supatmi pada Senin, 23 Desember 2019 di AC Arcawinangun Estate B III Purwokerto.

Wawancara dengan Ibu Uswatun Khasanah Pada Selasa, 24 Desember 2019 di BC Banyumas 2.

Wawancara dengan Bapak Nashrudin pada Kamis, 26 Desember 2019 di BC Purwokerto.

Wawancara dengan Ibu Uswatun Khasanah Pada Senin, 06 Januari 2020 di BC Banyumas 2.

Wawancara dengan Ibu Uswatun Khasanah Pada Sabtu, 01 Februari 2020 di BC Banyumas 2.

<https://dsnmui.or.id/sertifikat/senarai-perusahaan-bersertifikat/> di akses pada Jum'at, 04 Oktober 2019 Pukul 08.37 WIB.

<https://duniapendidikan.co.id/dialog-interaktif/> di akses pada Sabtu, 04 Juli 2020 Pukul 10.00 WIB.

