

## Strategi Hni-Hpai (Halal Network Internasional-Herba Penawar Alwahida Indonesia) dalam Memberdayakan Ekonomi Keluarga

Ruslaini<sup>1\*)</sup>, Noorika Pandayahesti Saputeri<sup>2)</sup>, Mawardi<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakkultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Lampung

\*Email korespondensi: [rosimuhmmadiyahlampung@gmail.com](mailto:rosimuhmmadiyahlampung@gmail.com)

### Abstract

*PT Halal Network International is one of the Halal Network Business companies based in Indonesia. The purpose of this study was to determine the strategy of HNI in empowering the family economy which is currently an important factor in life. This research is a field research with the data sources were gathered from primary and secondary data, while the data collection techniques were carried out through in-depth interview techniques with research subjects, observation and documentation by conducting a review on various references in relevance to the research focus. The results obtained from this research showed that the HNI empowerment strategies have been focusing on two sectors; empowerment on family health and empowerment on family economy. The strategies of HNI in empowering family health have been done in accordance with the basic concept of thibbun Nabawi, that is imitating prophet Muhammad saw's lifestyle and daily diet patterns that are synergized with local wisdom, in this case the traditional herbal consumption easily found in this country. While the empowerment strategies on family economy have been done by adopting the concept of Hijrah Lifestyle, that is the migration consumption to products of HNI, which becomes the axis of enthusiasm for business activities.*

**Keywords :** Empowerment, family health empowerment, family economic empowerment

**Saran sitasi:** Ruslaini., Saputeri, N. P., & Mawardi. (2023). Strategi Hni-Hpai (Halal Network Internasional-Herba Penawar Alwahida Indonesia) dalam Memberdayakan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 944-948. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6720>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6720>

### 1. PENDAHULUAN

*Business Networking* memiliki keunikan strategi dalam menjalankannya, banyak kemudahan dan keunggulannya, sebagai solusi bagi umat khususnya masalah ekonomi dan kesehatan. HNI adalah sebuah bisnis *Network Marketing Syariah* yang ikut memberikan solusi dalam membangun karakter dan konsep diri yang benar, hubungan antara manusia, (*Interpersonal relationship*), kemampuan komunikasi yang efektif serta jiwa kepemimpinan yang kuat. Pemberdayaan (*Empowering*) adalah salah satu yang menjadi konsentrasi utama HNI yaitu membangun bisnis dengan memaksimalkan potensi keluarga atau bisnis berbasis rumah yang di jalankan oleh semua anggota keluarga (Erwin Chandra Kelana, 2020). Dalam program pemberdayaan ini HNI juga ikut serta dalam pemberdayaan aspek lainnya seperti aspek kesehatan, ekonomi, ketangguhan keluarga, menumbuhkan dan membangun hubungan emosional keluarga antara suami dan istri, juga hubungan dengan

anak-anak serta seluruh keluarga besarnya, hal ini tentunya dengan tujuan untuk menjadikan keluarga yang sehat, cerdas, mandiri serta memberikan banyak manfaat, sehingga akan tercetak keluarga-keluarga yang produktif dan penuh karya serta memiliki prestasi terbaik bagi masyarakat, bangsa negara dan agama. Semangat pemberdayaan potensi keluarga ini yang menjadi spirit utama dan terpenting yang menjadi fokus dari kerja bisnis HNI (Zulchaidir B. Firly Ramly, 2018), Pemberdayaan (*Empowering*) adalah salah satu yang menjadi konsentrasi utama HNI yaitu membangun bisnis dengan kemudahan dan dengan kebersamaan anggota keluarga.

Melihat pemahaman yang berkembang di tengah masyarakat terhadap bisnis *Network Marketing* (MLM), dimana banyak anggapan bahwa hanya bersifat *profit oriented* semata. Maka perlu pemaparan strategi pemberdayaan keluarga bisnis *Network Marketing* HNI yang merupakan *Network Marketing Syariah* (MLM Syariah), memiliki ide besar terhadap

pengembangan potensi kesehatan keluarga dan potensi ekonomi keluarga melalui ide besarnya yaitu cara dengan mengajak hijrah produk serta kelebihan yang dimiliki yaitu seluruh kegiatan berbasis dirumah. (HNI, n.d.) Hal ini yang menjadi modal HNI dalam fokus membangun aspek ekonomi keluarga yaitu demi mencapai perannya dalam cita-cita ikut serta memajukan pembangunan Nasional.

Konsep dasar dari pemberdayaan potensi kesehatan keluarga adalah dengan memberikan edukasi kepada setiap anggota/agen HNI dan masyarakat luas, (Neni Evaliansi, 2020). Bahwa untuk menjadi sehat cukup dengan mencontoh Rasulullah Muhammad saw dalam pola hidup dan pola konsumsi beliau yang kemudian diaplikasikan dengan kearifan budaya Indonesia dan tradisi menggunakan sumber daya alam baik macam jenis tanaman dan tumbuhan serta hewan yang tersedia di Indonesia dengan cara penggunaan yang bijak dan adil tanpa merusak alam dan lingkungan, sehingga dengan pengelolaan sumberdaya alam yang tersedia melimpah tersebut tentunya akan bisa di nikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Dalam pemberdayaan potensi ekonomi keluarga HNI memandang pada konsep dasar terpenting bahwa HNI tidak hanya fokus pada mengeluarkan produk-produk yang halal saja akan tetapi berupaya semaksimal mungkin mengeluarkan produk-produk yang berasal dari *Industry Muslim* dalam hal ini HNI dalam menjalankan usahanya bekerjasama dengan UMKM (usaha kecil dan menengah) sebagai kolega dalam menjalankan fungsi produksinya. Sehingga dengan berkolaborasi tersebut HNI telah turut dalam upaya pemberdayaan ekonomi.

Adapun yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu (1) Bagaimanakah penerapan strategi pemberdayaan potensi kesehatan keluarga? (2) Bagaimanakah potensi pemberdayaan ekonomi keluarga ?. Tujuan dari strategi HNI dalam memberdayakan ekonomi keluarga.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian yang disajikan oleh penulis ini adalah penelitian lapangan, bersifat deskriptif tentang strategi dan situasi yang di bangun HNI-HPAI dalam pemberdayaan ekonomi keluarga. Diawali dengan pengumpulan data melalui wawancara pada pihak yang terkait, observasi pada lingkungan serta data dokumentasi penelusuran melalui situs-situs resmi HNI-HPAI, edukasi melalui tayangan *on-line* dan *off-line*, (HNI Official, n.d.) wawancara objek penelitian

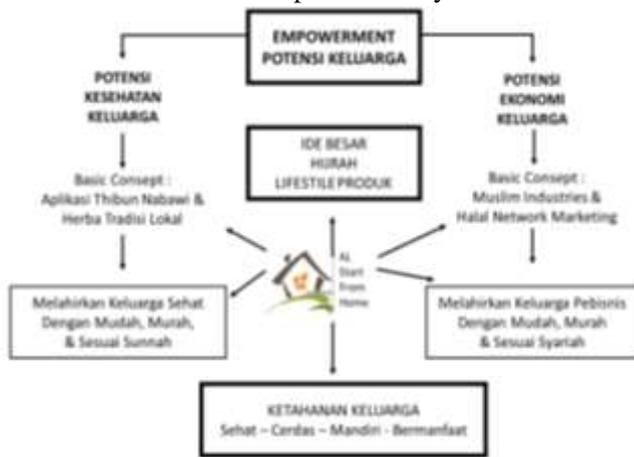
adalah pihak internal dan mitra HNI yaitu *Director marketing, Loyal executif director, Business Center 3, Business Center 1*, dan Pemilik *Distributor Center* serta Pemilik *Stokis Center* dengan pihak manajemen. Observasi dengan keterlibatan langsung peneliti dalam mengikuti kegiatan yang di selenggarakan HNI secara langsung dan *live streaming* di kanal media social HNI yakni, *Yuotube, HNI Official, Facebook, Instagram* juga secara langsung yang di laksanakan oleh HNI Lampung selama penelitian berlangsung. Selanjutnya setelah melalui pengumpulan data kemudian data diolah dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya membuat transkrip verbatim dengan mendengarkan kembali hasil rekaman dan melengkapi dengan *field note* yang telah dibuat saat wawancara berlangsung di lokasi penelitian, selanjutnya transkrip verbatim ini akan di baca secara berulang oleh peneliti dan juga mendengarkan kembali hasil rekaman hal ini untuk menentukan tingkat satirasi data. Disamping itu peneliti juga menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data, yaitu membandingkan hasil wawancara terhadap partisipan sebagai Teknik pemeriksaan keabashan (Moleong, 2010)

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pemberdayaan adalah suatu runtutan kegiatan yang di lakukan untuk memenuhi kebutuhan segala hajat hidup sehingga menjadikan lebih baik, melalui pemberdayaan masyarakat dalam upaya meningkatkan hidup yang layak (Tim Direktorat Pemberdayaan Ekonomi Keluarga BKKBN, 2015) Adapun yang akan di capai oleh HNI dalam pemberdayaan, khususnya pemberdayaan ekonomi keluarga, dimana antara pemberdayaan ekonomi keluarga dengan kesehatan keluarga adalah satu hal yang berjalan secara bersama, sebagaimana di sampaikan oleh Bapak Erwin Chandra Kelana : Pemberdayaan adalah menjadi fokus utama dari HNI, agar masyarakat memiliki peningkatan pendapatan maupun peningkatan secara kesehatan (Erwin Chandra Kelana, 2020). Dalam model pemberdayaan ini, bukan hanya fokus pada pengembangan potensi ekonomi saja, tetapi bagaimana meningkatkan rasa percaya diri, harga diri, harkat dan martabat dan menjunjung tinggi nilai-nilai yang berlaku pada budaya setempat (Yanuar Farida wismayanti, 2008) Sedangkan pemberdayaan ekonomi juga merupakan penguatan masyarakat agar supaya bisa berpartisipasi

dalam pengambilan keputusan yang akan berpengaruh pada masa depannya, penguatan untuk memperoleh informasi, keterampilan dan pengetahuan yang seharusnya di lakukan dengan multi aspek, baik dari aspek masyarakat maupun aspek kebijakan (Onny S, 1996). Pemberdayaan keluarga adalah bentuk bimbingan dan pengarahan baik secara formal maupun informal dalam rangka untuk membangun kesadaran dan keterampilan. Pemberdayaan keluarga ini berkaitan erat dengan cita-cita HNI-HPAI dengan membangun potensi kesehatan keluarga dan membangun ekonomi keluarga dalam rangka turut serta menyumbang pembangunan Nasional. (Tommida Pangestu Djati, 2020), hal ini lah yang menjadi alasan pokok HNI dengan agenda pemberdayaan ekonomi keluarga dan kesehatan keluarga. Untuk melakukan suatu pemberdayaan selain terdapat tujuan yang akan di capai juga terdapat strategi dan prinsip dalam melakukan pemberdayaan (Ristiana & Amin yusuf, 2020) sehingga dengan demikian harapannya strategi pemberdayaan ini akan banyak membantu masyarakat di Indonesai dalam mengatasi pemasalah dalam ekonomi. Strategi pemberdayaan oleh HNI di lakukan dengan dua (2) cara bisa di lihat pada gambar di bawah ini, yaitu:

Gambar 1. Konsep Pemberdayaan HNI



a. Pemberdayaan potensi kesehatan keluarga

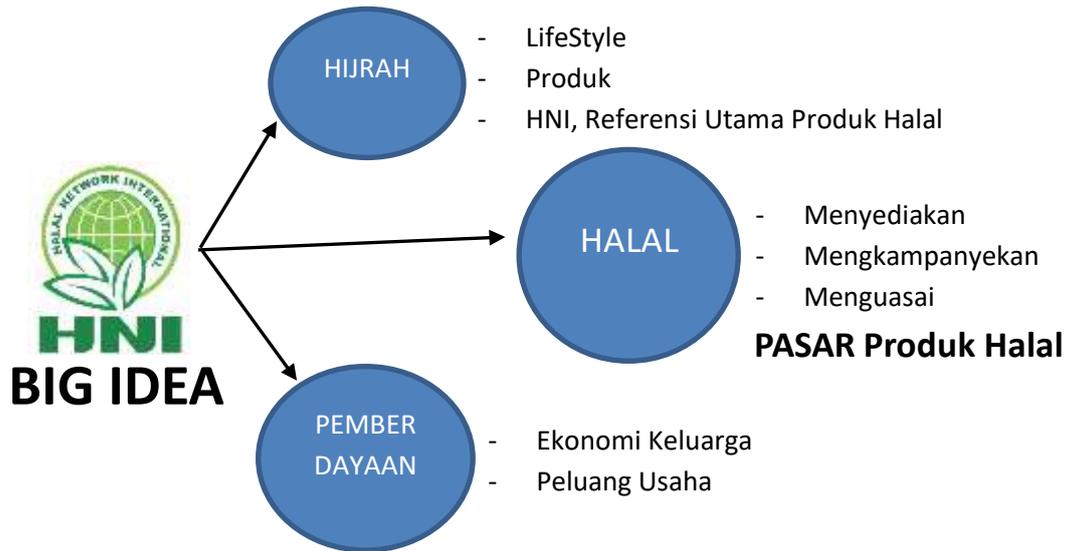
Pemberdayaan pontensi keluarga ini telah menjadi cita-cita penting dan menjadi fokus utama, HNI ikut serta meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia dengan produk-produk obat herbal dan suplemen yang berkualitas. (HNI, 2020) sebab setiap orang yang bergabung di HNI menjadi anggota yang tidak aktif dalam pengertian menjadi pemakai dari produk-produk HNI saja, namun tetap terkoneksi dengan semua pembinaan *on-line* atau *off-line* HNI, sehingga

orang tersebut akan memiliki kemungkinan besar dan akan terberdayakan dengan semangat dan terus belajar tentang kesehatan keluarga, dalam kesehatan keluarga ini HNI memiliki dua hal terkait pemberdayaan yaitu potensi kesehatan keluarga dan ekonomi keluarga yaitu, dalam konsep dasar pemberdayaan potensi keluarga adalah dengan meng-edukasi setiap agen dan juga masyarakat luas pada umumnya tentang kesehatan, dengan mencontoh Rasullullah Muhammad saw dalam pola hidup dan pola konsumsi yang di sinergikan dengan kearifan lokal pola hidup dari budaya atau tradisi herba nusantara.

b. Pemberdayaan Ekonomi Keluarga

Pemberdayaan ekonomi keluarga adalah hal yang sangat penting karena upaya ini dilakukan dengan tujuan agar sebuah keluarga memiliki kemampuan dalam kegiatan ekonomi sehingga mereka akan hidup berkecukupan, (Waini Sudarmiani Astuti, 2019) sehingga akan terlepas dari masalah-masalah ekonomi dalam kehidupan. Salah satu upaya yang mungkin dan bisa untuk dilakukan dalam mengatasi permasalahan ekonomi yaitu melalui pemberdayaan ekonomi dengan menciptakn usaha /bisnis melalui kegiatan kewirausahaan (Ruslaini Dkk, 2021) pemberdayaan ekonomi keluarga di HNI dalam aplikasinya adalah suatu bisnis yang bisa dengan mudah dilaksanakan dengan syarat utama adalah mau untuk memulai dan melakukan dengan penuh ketekunan. Upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan ekonomi keluarga adalah bagaimana melepaskan masyarakat muslim dari perangkap kemiskinan dan ketidakberdayaan dengan cara meningkatkan harkat dan martabatnya melalui beberapa upaya. Dalam pemberdayaan ekonomi keluarga HNI memiliki konsep ide besar yaitu pertama *Muslim Industries* adalah bahwa HNI dalam mengeluarkan produk-produknya berusaha semaksimal mungkin yang berasal dari *industry muslim*, dan memastikan produk-produknya semua mendapatkan terdaftar di BPOM (HNI, 2018) kedua dengan konsep Hijrah *Lifesyle* yaitu hijrah produk Bersama HNI, yang menjadi sumbu semangat bagi aktivitas bisnis dan menjadi dasar dalam melahirkan kreatifitas secara lebih mendalam dan mendasar dalam membangun ekonomi keluarga.

Gambar 2 : Strategi dan Ide besar pemberdayaan HNI



Sumber: *The Master Book (to be The best Market Leader)*, Fighter Publishing (Pemberdayaan HNI -HPAI)

Pemberdayaan ini menjadi agenda besar dengan semangat memberdayakan orang banyak yang telah di tempuh oleh HNI dengan cara sebagai berikut :

- a. Semangat memberdayakan orang banyak dengan cara memperkenalkan, mengajak untuk bergabung dalam bisnis dan memberikan peluang sebesar-besarnya bagi setiap orang atau kelompok anggota keluarga untuk sukses dalam pemberdayaan ekonomi keluarga dan kesehatan keluarganya
- b. Keluarga menjadi tim solidnya, strategi pemberdayaan HNI ini adalah dengan membangun kesolidan anggota keluarga, aktivitasnya dilakukan secara bersama-sama dengan cara yang sederhana, hal ini sangat berarti terutama bagi seorang ibu tidak perlu meninggalkan keluarga atau anak-anaknya dengan waktu tertentu.
- c. Rumah sebagai tempat usaha untuk membangun ekonomi keluarga, umumnya kita mengetahui bahwa untuk membuat suatu usaha perlu lokasi atau tempat khusus dan dengan modal cukup besar, namun HNI memberikan peluang bagi semua orang dengan lokasi cukup di rumah dan dengan modal yang tidak terlalu besar namun bisa menjadi usaha yang berpenghasilan besar

Hni memberikan peluang kepada siapapun untuk bersama-sama sukses, HNI senantiasa melakukan sosialisasi sebagai bagian dari informasi baik dilaksanakan secara *offline* dan *online*, memberikan edukasi agar masyarakat paham tentang produk, manfaat dan cara kerja dalam pemberdayaan ekonomi

serta kesehatan keluarga sehingga hal ini bisa membantu pemberdayaan ekonomi keluarga, motivasi agar tetap memiliki semangat juang dalam pemberdayaan ekonomi keluarga berupa grup komunitas dan pembinaan dari kantor pusat, pemberian promo, reward dan juga cash back sehingga bisa memberikan stimulus untuk terus mengembangkan. Dampak dari strategi HNI kita bisa melihat bahwa hampir di setiap provinsi, kota, kecamatan dan kelurahan ada Spandek HNI hal ini menunjukkan bahwa HNI telah cukup banyak menjadi salah satu usaha keluarga. Dari hasil wawancara dan juga observasi lapangan yang di peroleh, HNI telah ikut serta membantu keluarga-keluarga muslim dalam pemberdayaan ekonomi keluarga, baik para UMKH yang di jadikan Mitra dalam memproduksi produk-produk, maupun pengguna HNI yang terus bertambah setiap harinya (Rina Novinda, 2020) HNI juga telah berperan membantu pemberdayaan ekonomi keluarga dengan peningkatan jumlah pendapatan setiap bulannya dan hal ini terbukti dengan pencapaian para Agen yang sebelumnya merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya dan memiliki masalah kesehatan, kemudian merasa sangat terbantu dan bahkan bisa membantu orang lainnya untuk pemberdayaan ekonomi keluarga dan kesehatan keluarga.

#### 4. KESIMPULAN

- a. Strategi pemberdayaan potensi kesehatan keluarga HNI-HPAI adalah dilakukan dengan meng-edukasi setiap agen dan juga masyarakat

luas pada umumnya tentang kesehatan, dimana yang menjadi *role model* adalah pola hidup baginda Rasulullah dengan *basic concept thibbun nabawi* di sinergi dengan produk-produk halal dengan kearifan lokal dan herba tradisi Nusantara

- b. Bahwa potensi pemberdayaan ekonomi keluarga ini terbuka lebar bagi siapapun, dengan konsep sesuai syariah melalui hijrah *Lifestyle* bersama produk-produk HNI, ditempuh dengan semangat memberdayakan orang banyak, keluarga sebagai tim solid, dilakukan di rumah yang akan melahirkan kreatifitas melalui kreativitas bisnis rumahan.

## 5. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih tak terhingga peneliti sampaikan kepada Riset dan Teknologi atas bantuan dana bagi Dosen pemula tahun 2020, sehingga penelitian ini terlaksana sesuai rencana

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Erwin Chandra Kelana. (2020). *Lets Success Together with HNI, Business opportunity Success seminar (BOSS)*.  
HNI. (n.d.). *HNI Support System mobile*. Halal Netwrk Internasional.  
HNI. (2018). *Product catalogue HNI, Become the leader of world class Halal Industry*.  
HNI. (2020). *HNI Successs Guide, Become the leader of world Class Halal Industry*. Halal Network International.  
HNI Official. (n.d.). *Herba Penawar Alwahida Indonesia*. IG; @pthpai, Twitter: @pthpai, Youtube: HNI Official.

- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.  
Neni Evaliansi. (2020). *Pemberdayaan Kesehatan Keluarga Dan Pemberdayaan Ekonomi Keluarga*.  
Onny S, P. & A. M. W. P. (1996). *Mengenai Pemberdayaan; Konsep kebijakan dan implementasi*. CSIS.  
Rina Novinda. (2020). *Jumlah Pemegang kartu HNI 2020*.  
Ristiana & Amin yusuf. (2020). *Pemberdayan ekonomi masyarakat melalui Badan usaha milik Desadi desa wisata Lere*. <Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Jnfc>, 4(1), 88–101.  
Ruslaini Dkk. (2021). *Pelatihan wirausaha dan kemandirian finansial pada Pondok Pesantren yatim dhuafa Al-Firdaus Kemiling permai Bandar Lampung*. <Https://Stp-Mataram.e-Journal.Id/Amal/Article/View/385>, 1(1).  
Tim Direktorat Pemberdayaan Ekonomi Keluarga BKKBN. (2015). *Pemberdayaan Keluarga*. [https://yosakurga.com/assets/images/materi/file/1\\_20200922121055.pdf](https://yosakurga.com/assets/images/materi/file/1_20200922121055.pdf).  
Tommida Pangestu Djati. (2020). *Pemberdayaan ekonomi HNI-HPAI*.  
Waini Sudarmiani Astuti. (2019). *Pemberdayaaan ekonomi keluarga melalui usaha peningkatan pendapatan keluarga sejahtera UPPKS studi kasus desa sukoharjo*. *Jurnal Equilibrium*, 7.  
Yanuar Farida wismayanti. (2008). *Program pemberdayaan ekonomi keluarga miskin, pengalaman plan internasional di kota Surabaya, jurnal penelitian dan pengembangan kesejahteraan social*. 13(1), 11–12.  
Zulchaidir B. Firly Ramly. (2018). *The Master Book (to be The best Market Leader)* (Tim Manajemen Fighter, Ed.; 1st ed.). Fighter Publising.