BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek

1. *Setting* Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama dua bulan mulai 1 Februari 2017 sampai 30 Maret 2017, penelitian ini dilakukan di beberapa tempat, yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro, kemudian di klinik *significant other* subjek penelitian di daerah Bojonegoro, yang diberi nama "Rumah Sehat Masyarakat dan Santri" dan kediaman *significant other* subjek penelitian di daerah Bojonegoro. Peneliti melakukan penelitian di tempat beberapa tempat, mempertimbangkan jarak antara peneliti dan rumah subjek penelitian cukup jauh, yaitu antara Surabaya dan Solo, serta aktivitas subjek penelitian yang cukup padat.

Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi mulai dari awal hingga akhir dilakukan oleh peneliti sendiri dan dibantu oleh beberapa pihak untuk membantu kelancaran pelaksanaan. Dokumentasi di dapatkan dengan bantuan kamera, bukan data asli dikarenakan tidak bersedianya subjek penelitian memberikan kopian asli kelengkapan dokumentasi.

Pelaksanaan penelitian mengalami sedikit kendala saat melakukan penelitian, diantaranya waktu yang singkat, peneliti sulit untuk mendapatkan waktu yang panjang untuk mewawancarai subjek penelitian, dikarenakan mobilitas subjek penelitian yang cukup tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun jadwal waktu dalam melakukan proses wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 1.
Jadwal Kegiatan Penelitian Wawancara dan Dokumentasi

No.	**Hari/Tanggal**	**Jenis Kegiatan**
1.	Rabu / 1 Februari 2017	Meminta Izin penelitian kepada subjek penelitian serta *significant other* subjek penelitian.
2.	Sabtu / 4 Februari 2017	Melakukan wawancara dan dokumentasi terhadap *Key* Informan, Informan 3
3.	Ahad / 5 Februari 2017	Melakukan wawancara dan dokumentasi terhadap Informan 1 dan 2
4.	Kamis / 16 Februari 2017	Menyerahkan surat izin Penelitian
5.	Kamis / 02 Maret 2017	Menemui dan melakukan wawancara terhadap Informan 1 dan Informan 2
6.	Kamis / 23 Maret 2017	Melakukan wawancara terhadap Informan 4
7.	Kamis / 30 Maret 2017	Melakukan wawancara terhadap *Key* Informan 1 dan Informan 3.

2. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	:	PT Halal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT HNI HPAI)
Alamat	:	Komplek Billy & Moon, Jl. Kelapa Kuning IX Blok H-2 No. 6 Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450
Website	:	www.hpaindonesia.net
Telepon		021-8690 960
FAX	:	021-8690 6645
Bidang Usaha	:	Obat dan *Produck* Kecantikan
MOTTO	:	Referensi Utama Produk Halal Dunia
	:	Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

VISI : - Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat.

MISI
- Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam.
- Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen

PT HNI Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HNI HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network Internasional di Indonesia dan Asia yang fokus pada produk-produk herbal. HNI HPAI, sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HNI HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpreneurship*.

Susunan anggota direksi dan manajemen sebagai berikut:

Dewan Syariah :
a. Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
b. Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)
c. Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

Dewan Komisaris :
a. H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama)
b. Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris)

Dewan Direksi :
a. H. Agung Yulianto, SE, Ak. M.Kom (Direktur Utama)
b. H. Rofik Hananto, SE (Direktur)
c. Supriyono, ST (Direktur)

President of *Leaders* Club : Wisnu Wijaya Adi P (0598951.1D01)
Erwin Chandra Kelana (000425.1D01)
Z. B. Firly Ramly (073075.1D01)
R. Iwan Setiawan (001597.1D01)
Ir. Djenial Abdi A (026050.1D01)
Bagus Hernowo (002085.1D01)
Basit Sugiyanto (011942.1D01)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Arief Hercahyanto (0361478.1D01)
Eli Imam Ghazali (007478.1D01)
Firdaus Fadwa (097692.1D01)

HNI HPAI memiliki lima Pilar Perusahaan, yaitu Produk, Agenstok, *Support System*, Teknologi, dan Integritas Manajemen (PASTI), telah berhasil terkonstruksi dengan kokoh. Lima Pilar ini, insya Allah, siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh.

1) *Produck*

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

Dalam hal produk, HNI HPAI tidak hanya bermaksud *profit oriented*, namun juga memiliki tujuan-tujuan mulia yaitu,

1) Halal Berkualitas

Dalam hal penyediaan produk-produk herbal, HNI HPAI tidak menjual produk melainkan produk tersebut adalah terjamin Halal, dan memiliki kualitas terbaik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Kesehatan

HNI HPAI ikut serta meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia dengan produk-produk obat herbal, dan suplemen yang berkualitas, serta aman dikonsumsi. Produk herbal HNI HPAI dapat berfungsi dua, yaitu sebagai obat, dan suplemen. Produk herbal dapat menjadi perantara kesembuhan pasien dengan dosis yang tepat, dan produk herbal dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan cara konsumsi teratur sesuai dosis.

3) Tepat Guna SDA

HNI HPAI ikut serta dalam memanfaatkan sumber daya alam flora dan fauna Indonesia yang sangat kaya dengan cara yang tepat, dan adil. Pengelolaan sumber-sumber daya alam tersebut tentu pemanfaatannya kembali lagi kepada masyarakat Indonesia.

4) Ekonomi Nasional

HNI HPAI dalam hal produk, ikut serta menyumbang pembangunan ekonomi nasional dengan menggandeng para pengusha kecil menengah untuk menjadi partner dalam hal produksi herbal berkualitas. Di samping itu, HNI HPAI pun membantu meningkatkan produksi, sehingga kualitas setiap produk HNI HPAI dapat terpantau langsung.

2) Agenstok

Agenstok HNI HPAI merupakan jalur distribusi ritel dari Produk-produk HNI HPAI. Rangkaian jalur distribusi tersebut secara berurutan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari yang terbesar, yaitu: *Business Center* (BC), *Agency Center* (AC), *Distribution Center* (DC), dan *Stock Center* (SC) yang tersebar di seluruh propinsi di wilayah Indonesia bahkan dapat dikembangkan ke luar negeri.

3) *Support System*

Manajemen HNI HPAI bersama CELLS (*Cooperation of Executive Loyal Leaders* = Perhimpunan Kesatuan & Kerjasama Para *Leader* Setia & Agen HNI HPAI) telah menciptakan *Support System* HNI HPAI yang baku, mudah dan praktis untuk mendukung dan memudahkan para Agen HNI HPAI dalam mengembangkan HNI HPAI.

HNI HPAI bersama dengan CELLS berinvestasi membangun dalam rangka suksesi Marketing Plan, kami menyebutnya sebagai *Support System*. HNI HPAI *Support System* adalah metode, konsep, dan cara kerja Agen HNI HPAI untuk mencapai kesuksesan bisnis di HNI HPAI dalam satu kerja yang terintegrasi.

4) Teknologi

HNI HPAI pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudahan akses informasi, dan transaksi yang real time sehingga membantu jalan Agen, dan stakeholder mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama HNI HPAI. HNI HPAI membangun beberapa instrumen teknologi yang disebut sebagai HSIS, AVO, dan SMS Center.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) HSIS (*HNI HPAI Sales Integrated System*)

HSIS mengintegrasikan transaksi *online* dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara real time mengenai pertumbuhan omzet, ketersediaan saldo produk, dan perkembangan jumlah Agen per hari.

2) AVO (*Agent Virtual Office*)

AVO adalah *personal page member* yang dapat digunakan oleh seluruh Agen HNI HPAI untuk dapat mengetahui perkembangan jaringan, dan *personal statement*.

3) SMS Center

SMS Center berfungsi sebagai layanan informasi terpusat yang dapat dijangkau oleh seluruh Agen HNI HPAI hingga ke tingkat daerah. SMS Center menjadi komunikasi dua arah antara *Customer Care* dengan Agen HNI HPAI dalam hal pembaruan informasi mengenai program dan promo perusahaan.

5) Integritas Manajemen

HNI HPAI terus meningkatkan profesionalismenya. Terus menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dipasarkannya. Selalu berusaha memberi pelayanan yang terbaik. Profesionalisme staff dan karyawan yang tinggi, terbentuk dari nilai-nilai moral dan etika dalam perusahaan yang baik. Kesatuan dan kekompakan disetiap lini perusahaan ini saling menguatkan, sehingga kewibawaan sebuah perusahaan dan potensi yang luar biasa terpancarkan. Hal ini sudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sukses diwujudkan, dan kesuksesan HNI HPAI memunculkan empat nilai integritas yang dimilikinya, yaitu: Kejujuran, Ketulusan, Keadilan dan Kepercayaan.

1) Kejujuran

Dimensi nilai kejujuran, HNI HPAI menunjukkan sebuah perusahaan yang dalam mengembangkan strategi pemasaran selalu berkata apa adanya dan tidak melakukan kebohongan, serta bersifat terbuka.

2) Ketulusan

HNI HPAI menunjukkan tidak adanya keterpaksaan dalam menerapkan suatu tindakan dalam strategi Bisnis HNI HPAI.

3) Keadilan

HNI HPAI memperlakukan konsumen sesuai dengan haknya. HNI HPAI menerapkan nilai integritas akan memperlakukan konsumen atau pemangku kepentingan lain tidak semena-semena dan memberikan apa yang sudah menjadi haknya tanpa berkeinginan untuk melakukan pengurangan.

4) Kepercayaan

Nilai integritas HNI HPAI lainnya adalah nilai kepercayaan. Integritas menciptakan suatu kepercayaan bagi orang lain. Kepercayaan berarti memberikan sesuatu kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Profil Subjek

Pemaparan atas hasil penelitian merupakan jawaban atas fokus pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan dalam bab I. Sebelum memasuki pembahasan hasil penelitian, peneliti akan menggambarkan profil subjek penelitian terlebih dahulu.

a. *Key* Informan

Nama	: Wisnu Wijaya Adi Putra
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: Pangkalan Embun, Solo, Jawa Tengah
Tempat Tanggal Lahir	: Sragen, 4 Oktober 1982
Usia	: 35
Posisi Keagenan	: LED Platinum

Key Informan Penelitian adalah pelaku *Multi Level Marketing* Syari'ah HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) dengan posisi keagenan yaitu Platinum, yaitu posisi keagenan HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) paling tinggi di dunia. Syarat menduduki posisi Platinum adalah memiliki dua belas *loyal eksekutif direktor*, *Key* Informan penelitian sudah memiliki empat belas *loyal eksekutif direktor*.

Seorang LED Platinum dalam posisi keagenan HNI HPAI harus memiliki minimal dua belas ED (*Executive Director*), dan untuk menjadi seorang ED (*Executive Director*) maka seorang agen HNI HPAI harus memiliki minimal enam SM (*Senior Manager*), serta untuk mencapai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SM (*Senior Manager*) maka harus memiliki minimal tiga M (Manager), untuk mempermudah pemahaman skema posisi keagenan *Key* Informan penelitian maka dapat dilihat pada lampiran 8.

Key Informan penelitian juga menjabat sebagai salah satu Presiden *Leader*s Club, dalam sistem kerja HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) dipilih beberapa *leader* dari sekian ratus *leader* untuk masuk dalam jajaran Presiden *Leader*s Club, dengan persyarakat memiliki omset di atas empat Miliyar dalam satu bulan. Rincian dokumentasi tentang penghargaan dan bonus yang diterima *Key* Informan penelitian dalam melakoni bisnis HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) dapat di lihat pada lampiran 9.

Perjalanan karir *Key* Informan penelitian diawali dengan bergabung bersama Toyota Manufaktur, di Toyota Manufaktur *Key* Informan belajar dan mendapatkan beasiswa, tepatnya di Politeknik Gajah Tunggal, salah satu Politeknik yang bergabung dalam *Francise* perusahaan Astra, setelah menyelesaikan proses belajar selama tiga tahun di Politeknik Rajatunggal, *Key* Informan bekerja di perusahaan Astra dan di tempatkan di Surabaya selama lima tahun.

Memasuki tahun ke empat bekerja dengan sistem kerja yang berat, yaitu *Long shift* mulai dari jam tujuh pagi sampai dengan jam sebelas malam mengakibatkan tubuh *Key* Informan mulai mengalami beberapa masalah, serta *Key* Informan merasa ruang gerak yang sempit. Akhirnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Key Informan memutuskan untuk meminta Pemberhentian Hubungan Kerja (PHK) dini dari perusahaan.

Setelah itu, *Key* Informan kemudian membangun bisnis *restaurant* namun mengalami kegagalan, hal itu mengakibatkan kondisi fisik *Key* Informan semakin melemah, akhirnya *Key* Informan mengonsumsi *produck* HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) yang *Key* Informan beli dari teman, yang waktu itu masih bernama HPA Herbal (Penawar Al Wahida) kemudian *Key* Informan memutuskan untuk bergabung dalam HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) dan mengikuti pelatihan Hibat (*Herbalis Achivement Training),* dengan semangat pelatihan tersebut *Key* Informan fokus melakoni bisnis HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) .

Bonus pertama yang didapatkan oleh *Key* Informan adalah lima ribu rupiah, kemudian naik menjadi Rp. 300.000,- lalu Rp.600.000,- naik lagi menjadi Rp. 900.000,- naik lagi menjadi Rp. 1.250.000,-. Setelah itu *Key* Informan semakin fokus dalam bisnis sehingga sekarang perjanuari 2017 *Key* Informan penelitian mendapatkan bonus sebesar Rp 220.000.000,- dengan mempunyai dua puluh satu orang, yang penghasilannya diatas dua puluh juta, dan *Key* Informan penelitian mempunya target dua ribu tujuh belas memiliki seratus orang yang penghasilannya diatas dua puluh juta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain memperoleh data dari subjek penelitian, dalam penelitian ini peneliti juga membutuhkan informan untuk mendapatkan informasi yang sejenis sebagai pendukung kelengkapan data, memperkuat data yang diperoleh dari subjek penelitian, serta sebagai tolak ukur derajat kepercayaan data, Berikut gambaran profil informan yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Informan 1

Nama	: Ali Mustofa
Jenis Kelamin	: Laki- laki
Alamat	: Desa Talun, Kec Sumberrejo, Kab Bojonegoro
Tempat Tanggal Lahir	: Bojonegoro, 01 April 1974
Usia	: 43 Tahun
Posisi Keagenan	: LED (*Leader Executive Director).*

Informan 1 adalah salah satu kelurga dari pengurus pondok Pesantren At-tanwir yang berkolasi di desa Talun, Kec Sumberrejo, Kab Bojonegoro, dan salah satu dari dewan *Assatid* atau Pengajar di MAI At-tanwir serta penganggungjawab LKSM Pondok Pesantren At-tanwir, Informan 1 mulai bergabung di HNI HPAI mulai bulan april 2010, sebelum bergabung Informan 1 telah mengikuti beberapa pelatihan yang diselenggarakan oleh HNI HPAI, seperti pada bulan maret 2010, mengikuti pelatihan Farmasi islam di Ngawi, kemudian pelatihan pembetulan tulang belakang juga pada bulan Maret 2010 di Surabaya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelatihan selanjutnya di Madiun, setelah pelatihan tersebut kedekatan Informan 1 dan subjek penelitian terjalin.

Pada tahun sama, yaitu 2010 Informan 1 berhasil *menjadi Executive Directur* di bantu oleh subjek penelitian, dan perjalanan bisnis Informan terus berlanjut hingga sekarang dengan posisi LED (*Leader Executive Director).*

b. Informan 2

Nama	: Iva Nur Isnaeni
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Desa Talun, Kec Sumberrejo, Kab Bojonegoro
Tempat Tanggal Lahir	: Malang, 12 Januari 1980
Usia	: 37 Tahun
Posisi Keagenan	: ED (*Executive Director).*

Informan 2 adalah salah satu kelurga dari pengurus pondok Pesantren At-tanwir yang berkolasi di desa Talun, Kec Sumberrejo, Kab Bojonegoro, dan salah satu dari dewan *Assatid* atau Pengajar di *Raudhotul Ilmiyah* (RA) At-tanwir, Informan 2 mulai bergabung dengan HNI HPAI pada tahun 2010, sebenarnya telah mengenal *produck* HNI HPAI mulai tahun 2008, namun enggan untuk bergabung dikarenakan kurangnya informasi tentang bisnis HNI HPAI, subjek mengikuti pelatihan yang sama dengan Informan 1 sebelum bergabung dengan HNI HPAI, berkat dukungan subjek penelitian akhirnya Informan bergabung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan HNI HPAI dan menata jalur atau *downline*Nya sendiri dengan memperoleh bimbingan Informan 1 sebagai suami Informan 2 serta subjek penelitian hingga saat ini mencapai posisi ED (*Executive Director).*

c. Informan 3

Nama	: Candra Kurniawan
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Sragen, Jawa tengah
Tempat Tanggal Lahir	: Sreagen, 11 Februari 1991
Usia	: 26
Posisi Keagenan	: M (Manager)

Informan 3 memulai karir di perusahaan swasta, kemudian pada akhir tahun 2015 Informan 3 mengenal HNI HPAI, dan bergabung dengan HNI HPAI, dan bekerja sebagai staff di BC mulai maret hingga Oktober 2016, Informan 3 bukan tim subjek penelitian namun pada bulan Oktober Informan 3 diminta untuk menjadi asisten pribadi subjek penelitian hingga terjalin kedekatan antar Informan 3 dan subjek penelitian, di samping menjadi asisten pribadi subjek penelitian, Informan 3 juga membangun jalur atau *downline*nya sendiri, Informan 3 tinggal dalam satu desa dengan subjek penelitian, dengan pekerjaan tersebut Informan 3 mampir setiap hari bertemu dengan subjek penelitian, mulai dari membantu subjek penelitian untuk menyiapkan seluruh keperluan kerja subjek penelitian hingga mengantarkan subjek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian untuk bekerja keluar kota. Saat ini Informan 3 dengan bimbingan dari subjek penelitian dapat mencapai posisi M (*Manager*) dalam level keagenan PT HNI HPAI.

d. Informan 4

Nama	: Luqman Kahfi
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: Desa Karangdinoyo, Kecamatan Sumberrjo, Kabupaten Boonegoro
Tempat Tanggal Lahir	: Bojonegoro, 30 Mei 1989
Usia	: 28 Tahun
Posisi Keagenan	: EM (*Eksekutive Manager*)

Informan 4 penelitian mulai bergabung dalam HNI HPAI pada tahun 2010, berdasarkan ajakan dari guru Spiritualnya, yaitu ibu Syahrul. kemudian memiliki kedekatan dengan subjek penelitian serta Informan 1 dan 2. Informan 4 mulai mengenal HNI HPAI ketika mengikuti acara GMB, Gebyar Maha Bintang yang dihadiri oleh Top *Leader*s serta subjek penelitian, saat itu subjek penelitian juga masih pemula dalam merintis binis ini. Informan 4 pada saat itu sampai pada level PJ, atau Pengarah Jati, atau ED (*Executive Director*). Namun kemudian dikarenakan domisi Informan 4 yang berpindah dari Bojonegoro ke Pekalongan, maka Informan 4 pindah jaringan ke Ibu Ainun dan Bapak Iskandar, namun Informan 4 merasa bonus yang didapat tidak selancar ketika merintis bisnis HNI HPAI di Bojonegoro, kemudian Informan 4 memutuskan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengaktifkan kembali ID HNI HPAI yang di Bojonegoro hingga saat ini mencapai posisi EM (*Eksekutive Manager*), Informan 4 memiliki deketakan dengan subjek penelitian sebagai mitra serta sebagai dokter islam subjek penelitian khususnya berkaitan dengan Kesehatan Tulang Belakang, keahliah itu Informan 4 dapatkan dari kuliah islam yang Informan 4 ambil di sekolah islam "At-thin".

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Temuan

Fokus penelitian ini adalah kekuatan karakter pelaku *Multi Level Marketing* (MLM) dalam membangun bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), sebelum mengetahui hal tersebut, maka perlu diketahui terlebih dahulu apa saja kekuatan yang dimiliki oleh pelaku *Multi Level Marketing* (MLM). Peterson & Seligman (2004) membagi 6 kebajikan yang terdiri atas 24 kekuatan karakter *(character strength)* sebagai berikut:

a. *Wisdom and Knowledge* (Kearifan dan Pengetahuan) yang didalamnya terdiri dari karakter *Creativity, Curiosity, Open-mindedness, Love of learning, Perspective.*
b. *Courage (Keteguhan hati)* yang di dalamnya terdiri dari karakter *Bravery, Persistence, Integrity,Vitality.*
c. *Humanity and love* (Perikemanusiaan dan Cinta kasih) yang didalamnya terdiri dari karakter *Love, Kindness, Social Intelligence.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. *Justice* (Keadilan) yang didalamnya terdiri dari karakter *Citizenship, Fairness, Leadership.*

e. *Temperance* (Kesederhanaan) yang didalamnya terdiri dari karakter *Forgiveness and mercy, Humility and Modesty, Prudence, Self-regulation*.

f. *Transcendence* yang didalamnya terdiri dari karakter *Appreciation of beauty and excellence, Gratitude, Hope, Humor* dan *Spirituality*.

Berikut adalah kekuatan karakter yang ditemukan dalam diri subjek penelitian:

1. Praktikal

Strenght of character pertama yang muncul dalam diri subjek penelitian adalah praktikal, subjek penelitian mempraktekan keilmuan yang subjek dapat dari berbagai sumber, khususnya pelatihan yang diadakan oleh PT HNI HPAI.

> "Saya ikuti pelatihan, biasa nya kan orang itu ikut pelatihan *cuman* semangat-semangat dalam masa pelatihan, tapi saya terapkan ilmu yang saya dapat dari pelatihan itu" (WCRKI.30.H06)

2. Fokus, pada keberhasilan tim

Strenght of character lainya yang mucul dalam perjalanan subjek membangun bisnis *Multi Level Marketing* adalah memfokuskan diri pada keberhasilan tim, bukan pada keberhasilan subjek pribadi, seperti terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Fokus saya bukan kesuksesan pribadi namun bagaimana mensukses kan tim saya" (WCRKI.50.H07).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Terus kepuasan saya bukan ketika saya mendapatkan sesuatu promo apa dan lain sebagainya, tetapi ketika saya membuat tim saya sukses gitu ajah"(WCRKI.92.H08)

3. Tidak Hedonis

Perjalanan subjek dalam membangun membangun bisnis *Multi Level Marketing,* menurut penuturan subjek adalah sebuah perjalanan untuk meraih kehidupan setelah kehidupan akhirat, bukan untuk kesenangan pribadi atau dunia subjek penelitian, seperti terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> **"S**aya di bisnis HPAI ini, ini kan bisnis bukan hanya mengejar kepentingan di dunia semata, jadi ini dikenalkan sebagai *Multi level Marketing Syari'ah*, kalau mengejar kepentingan dunia semata, selesailah saya di Toyota, karena karir saya juga bagus di Toyota, tapi disini adalah mengejar kepentingan akhirat juga (WCRKI.63.H07)"

4. *Optimisme* Besar

Subjek membangun bisnis *Multi Level Marketing* dengan *dream* atau harapan yang besar, yang dengan kuat subjek pegang sehingga dapat mencapai sebuah kesuksesan, optimisme besar yang subjek miliki juga dibenarkan oleh Informan 1

> "Kuat memegang *Dream*, kalau kita punya *dream*, *dream* itu jangan yang rendah rendah, karena itu akan mempengaruhi etos kerja. karena *dream* kita rendah, etos kerja kita juga akan rendah. jadi bikin *dream* itu dibuat setinggi mungkin. kan kalau orang bilang kalau bikin mimpi jangan tinggi-tinggi kalau jatuh nanti sakit. tapi kalau kita punya mimpi setinggi-tinginya, setinggi langit, kita akan jatuh diantara *betebaranya* bintang-bintang. artinya apa? Setinggi langit pun, *kayak kayak* mimpi itu tidak bisa dikejar, karena itu yang akan membuat hidup kita lebih hidup (WCRKI.111.H08)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Sebenernya tidak di terapkan tidak hanya diHPAI, tapi dimana saja, orang yang punya mimpi berusaha untuk meraihnya, tapi langkah mudahnya di HPAI ini M itu nya mimpi, kemudian Macan, kita harus punya pisaunya kemudian *Roja'* atau kekhawatiran dan *Kauf* atau ketakutan, orang kalau tidak memiliki ketakutan tidak bisa menyeimbangkan mimpinya, maka M nya itu menyeimbangkan antara mimpi dan harus mempunyai macannya juga, Yang kita khawatirkan itu apa seandainya kalau kita *gag* kerja, rejekinya *gag* bertambah sedang kebutuhan bertambah. *lah* ust wisnu itu punya semua itu, bagaimana beliau berkeinginan, beliau punya semua itu (WCRI1.226.H24)

5. Optimisme kecil

Optimisme besar yang subjek miliki, juga dibarengi dengan optimisme kecil, optimisme kecil itu meliputi pemenuhan beberapa harapan yang dapat dijangkau dalam waktu yang singkat, seperti ketersediaan rumah ideal, pemenuhan rukun islam, yaitu zakat dan haji yang memiliki beberapa syarat dan rukun yang wajib terpenuhi terlebih dahulu, kemudian berdirinya sebuah pondok pesantren.

> "Contohnya saya dulu tinggal di rumah petak, tentunya saya akan *dholim* sebagai seorang suami, kalau saya tidak menyiapkan segala sesuatunya yang mencukupilah kebutuhan keluarga saya. saya tinggal di rumah petak yang keluarganya *preman-preman*, terus kemudian saya *mengazamkan* diri ya minimal punya rumah itu yang seperti Rosulullah sampaikan yaitu memiliki rumah yang luas, yang di dalam nya ada anak yatim yang di asuh. dan rumah itu mesti memiliki beberapa kamar, itu salah satu motivasi misalkan rumah besar" (WCRKI.124.H08)
> "Berikutnya haji, termasuk rukun islam. Rukun islam ada lima, untuk menyelesaikan rukun islam tersebut kita harus kaya" (WCRKI.136.H09)
> "Zakat itu *nisob*nya depalan puluh lima gram emas, kalau satu gram nya adalah lima ratus ribu *kalikan* delapan puluh lima, berarti setidaknya penghasilan seorang muslim harus empat puluh lima juta, tidak boleh kurang dari itu, *nisob* itu selama satu tahun tapi di evalasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> setiap bulannya, jangan ada yang kurang dari delapan puluh lima gram emas, kalau tidak kena pajak atau *amnesti* tidak apa apa, tapi ini zakat, yang akan mengantarkan kita kepada *jannatullah*. Kemudian haji, kalau ketentuan di Indonesia adalah haji plus ya kejar haji plus" (WCRKI.144.H09)
> "Mimpi selain itu saya bikin pesantres, pesantrennya itu saya bikin Pesantren *Enterpreunuer*" (WCRKI.160.H09)

6. Dermawan

Strenght of Character Dermawan subjek penelitian sampaikan beberapa kali dalam sesi wawancara, bagi mental berkelimpahan memiliki kontribusi yang besar dalam kesuksesan subjek membangun bisnis *Multi Level Marketing* ini.

> "Punya mental keberlimpahan, yaitu mental memberi, ketemu sama siapapun bagaimana kita bisa berkontribusi, bisa memberi, jangan kita menuntut sesuatu, atau ambil kontribusi dari seseorang, dari lembaga, tapi bagaimana kita memberikan" (WCRKI.185.H10)
> "Jadi prinsip saya bukan *take and give*, kalau *take and give* itu kan ambil baru kasih, tapi di balik, *give give*, beri beri dan beri, insya allah seperti itu. jadi semangatnya adalah memberi, jadi termasuk mengajak orang itu untuk *join* di bisnis kita ini adalah semangat saya memberi, memberi peluang bagaimana orang itu kedepannya punya penghasilan, berharap *enterpreunur* di Indonesia di atas sepuluh juta atau lima belas juta, jadi mental yang dibangun adalah mental memberi, *give*, bukan mental meminta atau memanfaatkan" (WCRKI.194.H10)

Kedermawanan subjek juga dibenarkan oleh Informan 1, bahwa subjek sering memberikan kontribusi untuk orang disekitar.

> "Ust wisnu juga mengajarkan dan menerapkan konsep keberlimpahan" (WCRI1.145.H22)

Informan 2 juga menambahkan bahwa subjek tidak hanya sebatas memberikan bantuan dalam mengembangkan bisnis *Multi Level*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Marketing, namun juga bantuan kecil dalam kehidupan sehari-hari. seperti dalam kutipan wawancara dibawah ini

> "*Coro jawane enggak emanan* lah, baik *luman*, ketika saya hendak LED, beliau menawarkan mobil gratis" (WCRI1.144.H29)

Informan 3 menyatakan bahwa subjek sering memberikan hadiah kepada Informan 3 maupun mitra lainnya sebagai bentuk keberlimpahan hatinya.

> "Saya *enggak* bayar mbak *neg* saya, soal nya kan saya bilang "nanti tiketnya" terus "*udah* nantilah tiketnya" berarti *enggak* bayar" (WCRI3.183.H36)
> "Iya kayaknya *pakek* uang pribadi ust wisnu sendiri, soalnya saya bawa langsung dari Solo. Pakek uang pribadi beliau" (WCRI3.2247.H3)
> "Ya kalau *pakek* uang pribadi ust wisnu itu pasti, kan beliau *punya* pusat agensi, di bawahnya BC (WCRI3.338.H37)
> "*Ngasih Reward* gitu ya? ya sering mbak, biasanya kalau ada ED tercepat, LED tercepat, kalau ada PSD baru gitu dikasih, *pakek duet* pribadi mbak (WCRI3.233.H37)

Keterangan yang sama juga diberikan oleh Informan 4 bahwa subjek suka berbagi kepada Informan 4.

> "*.....ditraktir karo* pak wisnu" (WCRI3.165.H41)

7. Wara' atau Menjauhi larangan nilai atau ajaran

Subjek Penelitian dalam perjalanan karir nya menunjukkan sifat wara' atau hati hati, yang dimaksud disini adalah menjauhi larangan nilai atau ajaran, contohnya menjauhi *riba'*. khususnya ajaran agama islam, karena subjek adalah seorang muslim.

> "Saya dari sabang sampai merauke ngomongnya saya, yaitu do'a yang diajarkan para kiyai, ustad, ulama, yaitu: *allahumma salamatan fid-din*, kalau bisnis itu jangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sampai sepercik pun, setetes pun di dalam rejeki kita, di dalam *ma'isyah* kita ini dari barang atau *dzat* yang allah haramkan, dengan proses yang Allah rahamkan, adanya *riba* di dalam bisnis kita, adanya *riba'* di dalam hidup kita. *riba'* contohnya apa? *cicilan* dan lain sebagainya. masak beli panci ajah pakai *nyicil*, beli motor *ajah* pakai *nyicil*, maka di HNI HPAI ini kita bisa beli *cash*, lunas. beli mobil *cash gak*? *cash*, ada promo mobil dan sebagai nya. Kenapa kita harus menjauhi *riba'*? walaupun kecil, mio mohon maaf, paling lima ratus ribu, enam ratus ribu, *dp* dua ratus lima puluh ribu, maka jika itu menjadi kebiasaan kita, mio habis ngambil vario, maka hidup kita akan *seret*, karena masih tercampur dengan hal yang seperti itu. maka *salamtan fid-din* (WCRKI.370.H14).

Sifat tersebut juga subjek tularkan kepada *downline*,beberapa aturan subjek terapkan dalam relasi antar mitra, seperti pada keterangan yang diberikan oleh Informan 2.

> "Kita tidak hanya disuruh jualan saja tapi mulai dari apa, sopan santun, semuanya diatur, contoh kecil saja ini, kalau di HPAI ini kalau bukan *muhrim* ya disendirikan ketika naik bus bepergian, kalau yang depan suami, yang tengah para istri, belakang bapak bapak yang mengajak istrinya, ya diatur sedemikiannya, itu juga yang diajarkan ust wisnu" (WCRI2.12.8H28)

8. *Energic*

Subjek dalam aktivitasnya membangun bisnis *multi level marketing*, menunjukkan energi yang luar biasa, memiliki fokus yang tinggi serta konsistensi performa yang baik seperti yang disampaikan oleh Informan 1.

> "Yang kedua *wa'afiayan fil jasati*" (WCRKI.390.H14)
> "Biasanya kalau seorang ketika acara saja, aktif, cepat, tapi ketika diluar ya tidak semangat itu, tapi ust wisnu sama, performa dan semuanya sama. itu saya pelajari tidak hanya di forum saja, dirumah nya, di luar acara juga" (WCRI1.105.H21)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Beliau mengajarkan konsep sehat, beliau juga menerapkan hidup yang sehat" (WCRI1.135.H21)

Informan 2 dan 4 menambahkan bahwa subjek memiliki energi yang luar biasa walaupun keadaan fisik subjek mengalami kelelahan atau subjek mengalami situasi atau kondisi yang tidak menguntungkan. seperti yang terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Performanya sangat baik, kadang orang itu baik kalau di panggung saja, tapi diluar Nol, tapi ust wisnu ya sama" (WCRI2.115.H28)
> "Tapi walaupun yang datang hanya lima orang tapi performanya, materinya, gairahnya seperti menyampaikan di depan seratus orang" (WCRI2.178.H30)
> *"koyo gek nane pas* SBP *nang* bojonegoro *kui* beliau baru saja pulang dari Beijing *to. sama* istri, terus langsung, jam dua *wi*, ada acara di bojonegoro *kui*, beliau meluncur terus jam setengah 3, jam enam *nyampek nang* bojonegoro, *nang* hotel pazia, aku kan *seng njemput, ndhah ne kesel e ngunu kui*, tapi *kok dilakoni neh. terus mari* SPB *kui* meluncur *maneh nang* banyuwangi *wesan*" (WCRI4.174.H41)
> "Beliau ki tampile selalu prima kok, keren, jarang kok beliau *ki* tampil *luyu ngunu*. tapi *nganu, koyomono* tercetak seperti itu. terus wonge dalam keadaan *luyu ngunu, lesu ngunu, gag* tampil *e* senyum *ngunu* pak wisnu. *Kok enek wong koyo ngunu*. Pas aku kiropraksi *wi to no nggone wonge*, padahal *ki badane kaku kabeh*, tapi beliau *ki* masih, *coromono* masih *powerfull neg kon pas* acara, acara SPB atau apa. *coromono* membagikan pengalaman, *testimoni*, semua ilmu untuk mitra mitra, *seng takjub yo kui*, ketika *mijet i* beliau *ngunu lhuw*, terapi tulang belakang, *wi ketoro awak e kaku kabeh, kesel kabeh.* tapi *coromono* beliau *gag* pernah *ngeluh*, sakit disini *tow piye, juarang* pak wisnu *ki ngeluh* (WCRI4.251.H43)

9. Cerdik, Berfikir diluar teori

Pasar *multi level marketing* memiliki tantangan tersendiri untuk subjek penelitian, dengan kenyataan tersebut subjek mengembangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemikiran yang cerdik, cenderung kreatif untuk mengembangkan bisnisnya, subjek memiliki cara unik untuk mendekati pasar maupun mengajak mitra atau *downline.*

> "Maka kita harus pintar memilah mbak, gimana kita *creat* cara masuk yang enak untuk bisnis kita. walaupun sudah secara metode, sudah terbukti bisnis hukum bilangan besar, diagram paretto di statistik, kunci ilmunya adalah sepuluh banding satu, tapi kan kita tidak setiap hari ketemu DPR, jadi cara masuk itu penting" (WCRKI.412.H15)
> "Bahkan saya disuruh beli tanah, saya jawab saya punya nya *produck*, saya bayar *pakek produck* boleh, boleh, saya kasih *produck* saya dikasih sertifikat tanah di Pangkalan Embun" (WCRKI.443.H15)

Sifat cerdik yang subjek miliki membuat subjek dapat melakukan banyak hal dalam kurun waktu yang singkat, seperti kutipan wawancara di bawah ini yang disampaikan oleh Informan 1.

> "Ust wisnu juga kerja keras, kerja cerdas jadi misalkan tadi ada pertemuan dengan mitra di bojonegoro, maka daerah sekitar yang bisa di rangkai, ya di datengi, misalkan ke malang, terus senin sore baru pulang ke solo, *Gag* terus setiap hari keluar terus *gag* pulang pulang, ya *enggak* seperti itu (WCRI1.245.H24)
> "Jadi ya ust wisnu menyesuaikan, jadi misalkan bicara dengan seorang DPR ya yang dibicarakan ya bagaimana membangun pasar halal, mendirikan halal *mart*, jadi menyesuaikan, kalau berbicara dengan orang *tengil*, maka diarahkan bagaimana caranya berhenti mengonsumsi *produck* yang haram, yang *subhat*, kita mulai mengajak menggunakan *produck* halal, kalau ada yang kesusahan pekerjaan, kita *ajak* untuk mendistribusikan *produck* mendirikan halal *mart*" (WCRI1.256.H24)

10. *Fleksibel*, memanfaatkan waktu

Kekuatan karakter lain yang subjek miliki berdasarkan wawancara adalah *fleksibel*, atau pandai dalam memanajemen waktu,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Mengajak bergabung orang itu ya harus *pinter* memanfaatkan waktu, walapun sepele tiga puluh menit, manfaatkan" (WCRKI.439.H15)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Informan 1 dan 2, menurut Informan 2 subjek memanfaatkan waktu dengan baik, dalam hal membangun bisnis *multi level marketing* maupun dalam hal berbagi ilmu.

> "Ust wisnu memanajemen waktu yang bagus" (WCRI1.243.H24)
> "Hal yang sangat nampak adalah orangnya tidak mau membuang waktu, misalkan disini, pasti menghubungi siapa gitu yang bisa dijangkau, disuruh kesini, ngobrol, berbagi ilmu" (WCRI2.98.H28)

11. Jiwa Pembelajar

Subjek penelitian dalam sesi wawancara menyatakan bahwa subjek memiliki semangat atau jiwa pembelajar, beliau menyarakan pemilihan tempat yang tepat untuk mempelajari berbagai keilmuan.

> "Orang itu tidak harus menunggu untuk ada baru tergerak, yang penting belajar dulu. modal itu gampang, belajar juga tidak boleh biasa, harus cerdas. saya mau belajar telapak tangan di KHT, mau tahu tentang *product*nya, itu di *Home Sharing*, program usaha yang membuat bapak ibu sukses, ya di SPB (WCRKI.443.H16)

Informan 1 juga membenarkan bahwa subjek memiliki semangat belajar yang tinggi dan menguasai berbagai keilmuan, Informan 2 menambahkan bahwa subjek sering kali mengunjungi *leader* untuk menambah keilmuan, bahkan Informan 4 menyampaikan bahwa subjek belajar tidak hanya ada *leader* namun juga orang lain diluar keagenan PT HNI HPAI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Ust wisnu adalah orang yang terus belajar dan mengajarkan konsep Smart, tidak hanya keilmuan marketingnya yang *pinter* tapi herbalogi nya juga *pinter*, tanya penyakit apa itu beliau juga *tau*, ust wisnu sering bilang kalau jangan selalu belajar ilmu marketing nya saja, namun juga belajar imu herbalogi nya yaitu di KHT (Kuliah Tibbun Nabawi)" (WCRI1.138.H22)
> "Sebenarnya jiwa belajar nya yang bagus, atau termasuk pembelajar, meskipun kita tau beliau tidak berlatarbelakang pesantren, bukan dari pesantren, tapi semangat belajarnya tinggi, kan bisa kita liat misalkan menyampaikan dalil itu agak tidak *fasih*, namun semangat belajarnya untuk kesempurnaan agama itu tinggi. tidak hanya tentang agama, misalkan herbalogi yang saya sampaikan tadi, beliau memahami dengan baik" (WCRI1.183.H23)
> "Sering sekali ust wisnu berkunjung ke *leader*nya dulu untuk belajar, tentang marketingnya" (WCRI2.223.H30)
> "Ya *dolan*, bincang bincang *karo* ust joko, *maem bareng*, kadang *pengen* ditunjukkan ilmu terapi *opo ngunu*, *yo wonge* belajar *ngunu kui*" (WCRI4.284.H44)

12. Objektif, tidak pandang bulu

Subjek memiliki sikap objektif, atau tidak pandang bulu, hal tersebut disampaikan dalam sesi wawancara, subjek tidak memiliki kriteria khusus dalam mengajak mitra atau *downline*.

> "Wong kita mau ngasih manfaat kok pilih-pilih, Tidak semua penggerak saya adalah orang orang lama, ada namanya ibu Hj Poppy koki *restaurant*, dia punya resto, dia kokinya, *single fighter*, single parent, kemudian beliau bisa, padahal beliau tidak memiliki basic bisnis tersebut" (WCRKI.463.H16)

Informan 1 dan 2 membenarkan bahwa subjek dalam interaksi dengan mitra atau *downline* tidak bersikap berdasarkan pangkat atau level, semua dianggap sama.

> "Ust wisnu itu tidak pandang mitra saya ini *downline* saya, tidak seperti itu, tapi menyamakan dan menganggap sama agen agen HPAI, tidak ada bedanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ini pak thofa ini mbak lina tidak ada bedanya" (WCRI1.152.H22)
> "Jadi ust wisnu tidak membeda bedakan, ini mitra yang potensial, ini bukan"(WCRI2.215.H30)

13. Baik hati, suka membantu

Subjek menurut Informan1 memiliki kebaikan hati, berupa seringkali memberikan bantuan baik dalam usaha membangun bisnis *multi level marketing* maupun dalam interaksi sehari-hari, contoh ketika subjek membantu Informan 1 dalam pembuatan *pasport*.

> "Di tahun yang sama itu 2010, ada *reward* ke Malaysia, saya dibantu untuk naik pangkat menjadi *Executive Directur*, kemudian saya dibantu diperjuangkan untuk naik pangkat, kemudian dibantu untuk membuat *Pasport* ke Malaysia" (WCRI1.68.H20)
> "Ust wisnu itu selalu memberi manfaat kepada orang lain, Contohnya pas ada acara ke jakarta, beliau tawarkan naik mobilnya itu sering, artinya kita ya numpang, ya gratis, termasuk ketika uztadzah iffa LED, sama istri beliau ikut ya" (WCRI1.160.H22)

Hal yang sama diungkapkan oleh Informan 2 dan Informan 4, Informan 4 menambahkan bahwa subjek beberapa kali memberikan bantuan kepada mitra untuk menyelesaikan masalah bonus atau pangkat dalam level keagenan *multi level marketing*.

> "Karakter ust wisnu itu baik hati" (WCRI2.112.H28)
> "Yang penting bagi ust wisnu itu memberikan manfaat kepada orang lain. itu" (WCRI2.203.H30)
> "Contoh *e koyomono onok* mitra *seng* kesulitan masalah bonus, masalah *opo arane*, masalah pangkat, masalah, *pokok e* masalah sistem di HPAI beliau pasti membantu" (WCRI4.114.H40)
> "Pas *wayah e* acara SBP *nang* pamekasan *mbien kae, yo dilaporno karo* IT *ne* HPAI, terus tagihan bonus pak mothori *wi yo iyo, di urusno tenan, ditelvono terus opo?* disuruh kirim email juga, terus dibantu *karo* ust wisnu (WCRI4.124.H40)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

14. *Sensible*, berfikiran sehat

Sensible, atau yang dimaksudkan disini adalah kemampuan untuk berfikir secara sehat dimiliki oleh subjek penelitian berdasarkan hasil wawancara dengan Informan 1 dan 2, subjek menurut Informan 1 dan 2 tidak mengeluh dalam menghadapi masalah yang muncul dalam membangun bisnis *Multi level marketing*.

> "Sebenarnya tidak hanya ust wisnu, setiap orang mengalami pasang surut, kalau ust wisnu saya kurang *tau*, karena ust wisnu tidak pernah mengeluh, itu yang selama ini kita terapkan sebagai mitra mitra nya tidak ada ngeluh" (WCRI1.90.H21)
> "Dalam perjalanan karir beliau ya terasa tidak ada pasang surutnya karena ust wisnu tidak pernah mengeluh, padahal kita *tau* pasang surut itu dari mengeluh" (WCRI2.70.H27)

15. Inspiratif

Kekuatan karakter yang dimiliki oleh subjek penelitian dalam proses membangun bisnis *Multi level marketing* telah menginspirasi mitra atau *downline*, khususnya Informan 1 seperti pada kutipan wawancara dibawah ini.

> "Termasuk yang menguatkan saya dulu, jadi saya gabung itu karena melihat karakter ust wisnu, jadi dulu saya melihat ke rumah ke solo, belajar, dalam berbagai hal, saya pelajari" (WCRI1.103.H21)
> "Saya *liat* ust wisnu itu bagus, pengamatan saya bagus, karakter baik ust wisnu itu yang membuat saya yakin untuk bergabung" (WCRI1.115.H21)

16. Berfikir secara matang

Subjek memiliki cara berfikir yang matang, dalam menghadapi sebuah masalah dalam membangun bisnis *Multi level marketing*, seperti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disampaikan oleh Informan 1, dan Informan 2 bahwa subjek mencerna setiap masalah dengan matang bahkan ketika masalah tersebut berbentuk hinaan.

> "Ketika ada masalah itu bagaimana menyelesaikannya, ust wisnu bagus cara penyelesaian masalah, tidak grusa grusu" (WCRI1.110.H21)
> "Bosojowone *gag grusa grusu*, jadi mencerna sebuah masalah itu dengan tenang, ya sudah difikir dulu baru dicarikan solusi" (WCRI2.188.H30)
> "Ya itu tidak grusa grusu, misalkan di hina orang itu diam *ajah*, di cerna dulu. difikirkan dulu, di evalusi yang salah ini siapa" (WCRI2.192.H30)

17. Suka memotivasi

Subjek sebagai *leader* dalam bisnis *Multi level marketing* juga memiliki kekuatan karakter, yang tercermin dari kesukaan beliau memberikan motivasi terhadap mitra atau *downline*, seperti yang disampaikan oleh Informan 1 dan 2 dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Ust wisnu di bisnis HNI HPAI tidak hanya jualan saja, tetapi juga memberikan motivasi, agar kami agen HNI HPAI ini mampu bergerak dan berkembang dengan strategi yang diberikan, memberikan ilmunya juga" (WCRI1.120.H21)
> "Iya ust wisnu yang selalu *dongkrongin* kita, selalu memberikan ilmu dan semangat" (WCRI2.53.H27)
> "Kalau ditanya Ust wisnu di bisnis HNI HPAI kerjanya apa? ya memotivasi. beliau memotivasi mitranya, tidak hanya untuk jualan saja, tetapi juga faham *herbalogi*, memiliki kekayaan dan sukses, ya itu" (WCRI2.116.H28)

18. Tidak konsumtif

Mengembangkan bisnis *Multi level marketing* dengan menjual *produck* obat dan kecantikan tidak lantas membuat subjek menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pribadi konsumtif, subjek mengonsumsi *produck* secukupnya, hal tersebut juga dibenarkan oleh Informan 1, seperti dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Tidak mengajak umat jadi *konsumtif*, tapi mengajak ke halal *mart*, secukupnya, karena kita tidak *creat* sebagai *sales*, sebagai pengguna secukupnya. Anaknya saya sultan tujuh tahun, itu saya batasi tiga kali sehari minum susu kambing". (WCRKI.349.H13)
> "Ya beliau hanya memakai *produck* secukupnya, kemudian mengajarkan sistem menduplikasi" (WCRI1.128.H21)

19. Sederhana, *semadyanya*

Subjek menurut penuturan Informan 1 dan 2 memiliki sifat sederhana, atau *semadyanya*. penampilan fisik yang terkesan sederhana namun tidak kurang.

> "Ya itu tadi, Sebenarnya ust wisnu itu dapat fasilitas mobil dari perusahaan, tapi masih sering naik bus, naik kereta, terus *hape*, kalau mau beli apapun bisa, tapi beliau lebih memilih sederhana" (WCRI1.218.H23)
> "Jadi ust wisnu dengan bonus seperti itu sebagai *leader* tidak menunjukkan kemewahan, selalu menunjukkan kederhanaan, tidak menunjukkan *glamour* nya, kalau mau melihat rumahnya ya sederhana saja" (WCRI2.149.H29)
> "Sederhana bukan berarti kurang, tapi *semadya* nya. Kalau dibandingkan dengan ust thofa, ya lebih *glamoran* ust wisnu, tapi kan menurut bonus yang ust wisnu terima, tampilan ust wisnu ya sangat *se madyonya*" (WCRI2.160.H29)

Kesederhanaan yang ditampilkan oleh subjek penelitian juga didukung dengan pernyataan Informan 3 dan 4, bahwa subjek penelitian dalam berbagai kesempatan menunjukkan pilihan yang sederhana, dalam hal transportasi, makanan dan lain sebagainya, walaupun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebenarnya subjek penelitian mampu untuk memilih pilihan yang lebih dari hal tersebut. seperti terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Orangnya supel, simpel, *enak*" (WCRI3.34.H32)
> "Tapi untuk gaya hidupnya, untuk makan itu sederhana mbak, makanannya ya masih ya roti canai gitu, dipinggir jalan *enggak* mahal, masih makan di angkringan gitu, nah makan soto di pinggir jalan itu masih, makan pecel dipinggir jalan itu masih, sederhana kan? *enggak* ada bedanya" (WCRI3.209.H36)
> "*Yo* mungkin jarak *e* berdekatan *ambi* tempat *e*. *misale* malang-*suroboyo ngunu kui*, beliau lebih memilih naik *sepur*, *gag* naik mobil dari solo, *wi gag.* mobil e ditinggal *nang* solo, kadang *teko* jakarta *numpak* mobil *ngunu*, langsung naik pesawat terus langsung naik kereta, biasa *ngunu kui*. *coromono* kadang numpak *e* kertajaya *berengan"* (WCRI4.188.H42)
> "*Buko ngunu kuwi maem ngunui kui, gag gelem nu ndhuwur, senengane lesehan, disediakno* sendok, tissu *tow opo ngunu gag gelem, senengane golek kobok.an, maem nganggo* tangan biasa *ngunu"* (WCRI4.270.H44)

20. Taat, dalam menjalankan ajaran agama

Sisi ketaatan subjek penelitian dalam menjalankan ajaran agama disampaikan oleh Informan 1, 2, 3 dan 4. subjek menurut penutupan Informan melakukan kewajiban keagamaan seperti sholat dengan baik, kemudian melaksanakan *sunnah* agama islam seperti puasa *sunnah*, mengaji Al-Qur'an dan sholat *sunnah* atau *qimullail*. Berikut penggalan wawancara dari Informan mengenai ketaatan subjek penelitian.

> "Kalau yang saya lihat, misalkan di HPAI ada acara gitu, pada waktu sholat di upayakan berhenti sejenak, misalkan ada acara yang mengharuskan waktu lebih dari dua hari maka diadakan *qimullail*, itu pasti" (WCRI1.180.H23)
> "Sholatnya ust wisnu sangat tepat waktu, meskipun kalau disini kan pasti di *jama'* tapi ya tepat waktu" (WCRI2.123.H28)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Iya, setiap apa ada acara dua hari gitu ya pasti diakan *qilamullail*" (WCRI2.12.8H28)
> "Ya saya *enggak tau*, yang jelas beliau sering pengajiannya pas malam kamis" (WCRI3.126.H34)
> "*Heem*, kemaren juga ada pengajian itu saya lupa tempatnya dimana, cuman beliau aktif itu mbak pengajiannya" (WCRI3.133.H35)
> "Terus saya *sukak* nya ust wisnu itu ketika *rehat*, ada waktu luang *ngunu kui ki ngaji*. beliau *ngaji, gowo quran ngaji,* beliau *ngaji quran*" (WCRI4.119.H42)
> "*Ngaji* kitab qur'an *tho*. *ngaji* kitab putih *ae*, kitab seng *onok terjemahane* langsung, bahasa indonesia rutin, aku sering *e roh* ust wisnu *yo* rutin (WCRI4.129.H42)
> "Pak wisnu *ki* rajin puasa. *wonge* rajin puasa" (WCRI4.169.H43)

23. Unik, dalam segi pemikiran

Subjek dalam mengisi sebuah acara menurut penuturan Informan 2 selalu menampilkan keunikan, walaupun materi telah tersedia banyak di internet, namun cara subjek menyajikan materi terkesan unik dan berciri khas,

> "Iya memang kan sudah ada di internet, tapi gaya *mencomot sana comot* sini kemudian dijadikan materi yang sedemian rupa itu beliau punya ciri tersendiri" (WCRI2.108.H28)

24. Berfikir positif

Kekuatan karakter yang subjek miliki menurut hasil wawancara adalah berfikir positif dengan mengikuti hati nurasi subjek penelitian.

> "Mengikuti hati nurani membuat *dhon* saya menjadi bagus, *dhon* nya harus bagus, misalkan saya kalau ditolak, harus befikir *positive* mengapa orang itu belum mau gabung" (WCRKI.558.H18)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Informan 2, subjek selalu menjauhi berfikir negative, walaupun dalam beberapa kesempatan menemui situasi yang tidak menguntungkan, seperti terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "*Enggak* pernah *negative thingking*" (WCRI2.178.H29)
> "Kalau mungkin itu kita, pasti sudah *lemes* kan, *hah* yang diundang seratus yang datang lima, ini niat *bikin* acara *enggak kan* gitu" (WCRI2.183.H30)
> "*Berfikir positive, khusnuddhon*, gag boleh macem macem ke orang lain" (WCRI2.199.H30)

25. Serius membina jaringan

Sebagai salah satu top *leader*, subjek penelitian menurut informan 4 membina jaringan dengan baik, dengan *follow up*, bahkan dan *Home sharing*, sehingga mitra atau *downline* benar benar faham dengan bisnis *Multi Level Marketing* ini.

> "Ust wisnu itu serius, misalkan punya jaringan gitu ya *bener-bener* di bina, apalagi kalau acara *Home sharing*, lebih dibina lagi, beliau sih lebih sering ngadakan *home sharing* dari pada SBP (WCRI3.38.H33)
> "Selain itu ya masukan materi materi ada, kalau pas di mobil gitu, sambil *ngobrol ngobrol* gitu, materi materi tentang HPAI disampaikan" (WCRI3.103.H34)
> "Ya enggak, saya yang dikasih materi, dikasih masukan gitu, bukan diskusi" (WCRI3.106.H34)
> "Jadi pas HS, setelah HS gitu ada *follow up follow up* agen, jadi memang agen nya ust wisnu itu memang harus di pahamkan gitu. jadi untuk benar benar dipahamkan bener gitu lhuw mbak" (WCRI3.159.H35)

26. Toleransi terhadap kesalahan

Subjek menurut penuturan Informan 3 memiliki sifat toleransi terhadap kesalahan yang dilakukan oleh Informan 3 dalam keseharian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan 3 menemani akivitas subjek, seperti pada kutipan wawancara di bawah ini.

> "Sikap *e* ya pelan pelan mas, sabar sabar mas, cari jalan, ya tenang memaklumi gitu" (WCRI3.49.H33)

27. Peka akan kebutuhan orang disekitar

Selain memiliki sifat toleransi, subjek juga menunjukkan sifat peka terhadap orang orang di sekitar subjek, seperti yang di tuturkan Informan 3 dalam kutipan wawaancara di bawah ini.

> "Orangnya ya enak mbak, terus sama saya itu ya pengertianlah, karena saya staff beliau juga kan, jadi ya untuk staff beliau tau lah apa kebutuhan untuk staff itu beliau tau lah, misalkan mau perjalanan jauh gitu kan butuh kopi gitu kan? pasti ada. mau bikin ya bikin ajah gitu, ya contoh nya hal kcil seperti itu diperhatikan mbak" (WCRI3.49.H33)

28. Tegas

Sikap tegas dalam proses wawancara subjek sampaikan, seperti dalam upaya membelaan subjek terhadap kualitas *produck*, ketegasan subjek juga dibenarkan oleh Informan 3.

> "Kadang saya tegas, karena saya yakin *produck* saya *thoyib* dan halal, dan islam mengajarkan amanah. AVO"(WCRKI.523.H17)
> "Ust Burhanuddin sampek enam bulan, emang orangnya juga *makai*, tapi kok *gag* semangat gitu, saya tegas nemui beliau" (WCRKI.538.H17)
> "Yang menunjukkan karakter beliau itu pas ngisi acara itu lhuw mbak, karakter beliau itu ya ketegasannya itu lhuw" (WCRI3.191.H36)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

29. *Friendly*

Subjek menurut Informan 3 dan 4 menunjukkan sikap *friendly* atau ramah, baik kepada Informan 3 maupun kepada semua orang, seperti terlihat dalam kutipan wawancara di bawah ini.

> "Sekarang kan karena udah dekat jadi kalau *ngobrol* ya kaya teman sendiri, tapi ada saatnya juga ada waktu dimana ngobrol kaya teman sendiri, ada saat nya ngobrol" (WCRI3.149.H37)
> "Pak wisnu *ki* ramah pada semua orang, tidak membedakan, *eh iki ijek* EM *e* kok, *iki ijek* M *e* kok, *iki wes* ED, *coromono gag*. *tetep comoromo tetep sumeh karo wong liyolah*, tidak membedakan pangkat nang HPAI *ki*, *tetep* semua di *ramahi karo* ust wisnu" (WCRI4.140.H41)

30. Pantang Menyerah

Subjek dalam mengembangkan bisnis multi level marketing, menunjukkan sikap pantang menyerah, dalam hal menghadapi masalah pribadi maupun berkaitan dengan mitra atau *downline*, seperti yang diungkapkan oleh Informan 3 dan 4 di bawah ini.

> "Pak wisnu *ki yo gak tau ketok srengen* aku ngerti*ne*, *suuabar*, *coromono neg nuntun* mitra*ne ape* belajar AVO *ngunu*, kok *tetep taakok ae*, tetep dilayani *karo* pak wisnu" (WCRI4.170.H41)
> "*Yo* contoh *e* sampek *koyo* sakki *wi yo kerono gag* gampang menyerah, dari sakitnya yang kaya gitu beliau masih yakin. dari astra yang sudah mapan, gaji*ne gedhe*, bangkit lagi dari sakitnya, dari hutangnya, berarti kan beliau ulet termasuk *e*, tahan banting ngunu *lhuw* (WCRI4.138.H43)

31. Tidak *Bossy*

Subjek dalam perjalanan karir nya menurut Informan 4 tidak menunjukkan sifat *bossy*, namun tetap menghargai, baik mitra yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berada di level bawah subjek, atau *downline* maupun mitra yang berada di atas level subjek atau *upline.*

> "*Gag semenena mena gowo* mobil terus *go nondhi nondhi* sopir *ngunu, gag*. kadang *yo numpak sepur, kuwi*"(WCRI4.183.H42)
> "*Lhuw gak popo tho wong jenenge menungso, menungso ki biasa ae tho, gag usah di gae waaah.* sederhana dalam artian, memang butuh *e kuwi, pengen ne kui, yowes kui"* (WCRI4.197.H42)
> "Pak wisnu *ki piye yo karo leader leader seng keilmuane* luar biasa *ngunu kui tetep* menghargai" (WCRI4.276.H44)

2. Analisis Hasil Temuan

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada kekuatan karakter pelaku *Multi Level Marketing* (MLM) dalam membangun bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), berikut adalah *strenght of character* yang nampak pada diri subjek penelitian, yang dapat dilihat dari hasil wawancara, dan dokumentasi:

a. *Creativity*

Subjek penelitian memiliki s*trenght of character creativity* atau keunikan dan orisinil yang terlihat dari kekuatan sebagai berikut

1) Cerdik, Berfikir diluar teori

Pasar *multi level marketing* memiliki tantangan tersendiri untuk subjek penelitian, dengan kenyataan tersebut subjek mengembangkan pemikiran yang cerdik, cenderung kreatif untuk mengembangkan bisnisnya, subjek memiliki cara unik untuk mendekati pasar maupun mengajak mitra atau *downline* (WCRKI.412.H15), bahkan subjek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pernah melakukan transaksi *produck* dengan sistem *barter* tanah (WCRKI.443.H15)

Sifat cerdik yang subjek miliki membuat subjek dapat melakukan banyak hal dalam kurun waktu yang singkat, disampaikan oleh Informan 1 subjek merangkai tempat yang dapat di datangi dalam kurun waktu tertentu, sehingga menghasilkan kerja yang efisien (WCRI1.245.H24). subjek juga secara cerdik menyesuaikan konten pembicaan dengan lawan bicara nya untuk mengajak bergabung dalam bisnis *multi level marketing* (WCRI1.256.H24).

2) Unik, dalam segi pemikiran

Subjek dalam mengisi sebuah acara menurut penuturan Informan 2 selalu menampilkan keunikan, walaupun materi telah tersedia banyak di internet, namun cara subjek menyajikan materi terkesan unik dan berciri khas (WCRI2.108.H28).

b. *Love of Learning*

Subjek penelitian juga menunjukkan *Strenght of character love of learning*, dengan ciri menunjukkan sifat seperti berikut:

1). Praktikal

Praktikal adalah sifat pertama dalam *Strenght of character love of learning* yang muncul dalam diri subjek penelitian adalah praktikal, subjek penelitian mempraktekan keilmuan yang subjek dapat dari berbagai sumber, khususnya pelatihan yang diadakan oleh PT HNI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

HPAI untuk mengembangkan ketrampilan dalam usaha membangun bisnis *Multi Level Marketing* (WCRKI.30.H06).

2). Jiwa Pembelajar

Subjek penelitian dalam sesi wawancara menyatakan bahwa subjek memiliki semangat atau jiwa pembelajar, beliau menyarakan pemilihan tempat yang tepat bagi mitra untuk mempelajari berbagai keilmuan, seperti belajar tentang *produck* di *Home Sharing* (WCRKI.443.H16)

Hal tersebut dibenarkan oleh informan 1 bahwa subjek penelitian juga mempelajari berbagai bidang keilmuan, seperti marketing, herbalogi dan keagamaan (WCRI2.140.H22), walaupun tidak memiliki latar belakang pesantren, namun semangat mempelajari ilmu agama cukup tinggi (WCRI1.187.H23), Informan 2 menambahkan subjek penelitian juga seringkali mengunjungi *leader* nya untuk menambah keilmuan subjek (WCRI2.233.H30), bahkan Informan 4 menuturkan subjek penelitian juga mengunjungi tokoh di luar HNI HPAI yang dirasa memiliki keilmuan untuk subjek penelitian pelajari (WCRI4.284.H44).

c. *Persistance* (Ketekunan)

Keteguhan Hati *(Courage)* merupakan *virtue* kedua dalam 6 kebajikan yang diterangkan oleh Peterson & Seligman (2004) dalam buku *Character strengths and virtues: A classification and handbook*, Keteguhan Hati *(Courage)* pada diri subjek penelitian muncul dalam *Strenght of Character Persistance* (Ketekunan) dengan ciri atau sikap sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1). Pantang Menyerah

Subjek dalam mengembangkan bisnis multi level marketing, menunjukkan sikap pantang menyerah, ketika ada kesulitas berkaitan dengan mitra atau *downline*, maka subjek memberikan pelayanan yang terbaik (WCRI4.170.H41), dalam hal menghadapi masalah pribadi pun subjek dengan pantang menyerah melawati semua masalah sehingga mampu untuk berdiri pada level tertinggi bisnis *Multi Level Marketing* ini (WCRI4.138.H43).

2). Tegas

Sikap kedua yang subjek penelitian nampak miliki sebagai salah satu *Strenght of Character Persistance* (Ketekunan) adalah sikap tegas. Sikap tegas dalam proses wawancara subjek sampaikan, seperti dalam upaya membelaan subjek terhadap kualitas *produck* WCRKI.523.H17), kemudian tegas dalam memberian penjelasan kepada mitra tentang AVO, subjek menuntaskan penjelasan tersebut hingga mitra benar-benar faham (WCRKI.538.H17), ketegasan subjek juga dibenarkan oleh Informan 3 bahwa subjek tegas dalam setiap mengisi acara (WCRI3.191.H36)

d. *Vitality*

Strenght of Character Vitality dalam proses wawancara muncul sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki oleh subjek penelitian, dengan ciri sikap atau sifat sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1). *Energic*

Subjek dalam aktivitasnya membangun bisnis *multi level marketing*, menyebarkan konsep sehat (WCRKI.390.H14), terbukti dalam hasil wawancara dengan Informan 1 bahwa subjek menunjukkan performa yang *energic t*idak hanya di forum, namun juga di luar forum (WCRI1.105.H21)

Informan 2 menuturkan subjek bahkan tetap menampilkan performa yang *energic* seperti mengisi acara di depan seratus orang walaupun peserta forum hanya lima orang (WCRI2.178.H30). Informan 4 menambahkan bahwa subjek dapat melakukan berbagai aktivitas dalam kurun waktu yang singkat dengan menjelajahi berbagai tempat (WCRI4.174.H41) serta memiliki energi yang luar biasa walaupun subjek mengalami kelelahan fisik (WCRI4.251.H43)

2). *Sensible*, berfikiran sehat

Sensible, atau yang dimaksudkan disini adalah kemampuan untuk berfikir secara sehat dimiliki oleh subjek penelitian berdasarkan hasil wawancara dengan Informan 1 dan 2, subjek menurut Informan 1 dan 2 tidak mengeluh dalam menghadapi masalah yang muncul dalam membangun bisnis *Multi level marketing* (WCRI1.90.H21), sehingga sangat sulit mengetahui pasang surut dari karir subjek penelitian dalam bisnis *Multi level marketing* (WCRI2.70.H27).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. *Kindness* atau kebaikan

Virtue yang *Humanity and love* (Perikemanusiaan dan Cinta kasih) sebagai *Virtue* ke empat juga dimiliki oleh subjek penelitian, dengan nampaknya *Strenght of Character Kindness* pada diri subjek penelitian, dengan sikap atau sifat sebagai berikut:

1). Baik hati, suka membantu

Subjek menurut Informan1 memiliki kebaikan hati, berupa seringkali memberikan bantuan baik dalam usaha membangun bisnis *multi level marketing* maupun dalam interaksi sehari-hari, seperti keterangan yang diberikan oleh Informan 1 tentang kebaikan hati subjek penelitian, subjek membantu Informan 1 untuk naik pangkat menjadi *Executive Directur*, bahkan membantu Informan 1 untuk keperluan di luar bisnis, yaitu membuat paspor (WCRKI.069.H20), memberi tumpangan mobil gratis ke Jakarta (WCRI1.160.H22)

Informan 2 juga membenarkan kebaikan hati subjek penelitian (WCRI2.112.H28), dan membuat kesejahteraan subjek menjadi lebih bermanfaat dengan membantu banyak orang (WCRI2.203.H30)

Hal yang sama diungkapkan oleh Informan 1 dan Informan 2, Informan 4 menambahkan bahwa ketika ada mitra yang mengalami kesulitan dalam hal pangkat, tentang sistem *Multi level Marketing* maka subjek penelitian dengan cepat memberi bantuan (WCRI4.114.H40), contoh ketika ada acara SBP di daerah pamekasan, ada salah satu mitra yang memiliki masalah dengan bonus, subjek penelitian langsung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghubungi IT *Multi level Marketing* sehingga masalah tersebut terselesaikan (WCRI4.124.H40).

2). Peka akan kebutuhan orang disekitar

Strenght of Character Kindness pada diri subjek penelitian, dengan menunjukkan sifat peka terhadap orang orang di sekitar subjek, seperti yang di tuturkan Informan 3 bahwa subjek penelitian memiliki kepekaan terhadap kebutuhan yang sekiranya diperlukan oleh orang lain, seperti menyediakan kopi dan keperluan lain untuk Informan 3 sebagai staff subjek (WCRI3.093.H34)

f. *Fairness*

Justice (Keadilan) adalah *Virtue* yang erat hubungannya dengan sejarah Raja Salomo, subjek penelitian dalam hal ini juga memiliki *Strenght of Character* yang menyusun *virtue* tersebut yaitu *Fairness* dan *Leadership*, *Fairness* subjek penelitian ditunjukkan dengan adanya kriteria sebagai berikut:

1). *Obyektif*

Subjek dalam merekrut mitra atau *downline*, sebagai contoh subjek penelitian menyebutkan bahwa salah satu dari mitra yang subjek rekrut adalah seorang *single parent* yang memiliki usaha *restaurant* (WCRKI.463.H16).

Karakter *Fairness* subjek juga dibenarkan oleh Informan 1 yang menuturkan bahwa subjek penelitian menunjukkan rasa persaudaraan yang tinggi, sehingga memperlakukan setiap orang secara sama baik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang tersebut mitra subjek atau bukan (WCRI1.152.H22). Sedangkan *Fairness* yang subjek miliki menurut Informan 2 adalah karena sikap bersaudaraan yang subjek penelitian bangun di antara semua mitra, tidak membeda bedakan, baik itu mitra yang potensial atau bukan (WCRI2.215.H30).

3). *Friendly*

Subjek menurut Informan 3 dan 4 menunjukkan sikap *friendly* atau ramah, baik kepada Informan 3, dengan mengajak informan 3 mengobrol layaknya seorang kawan (WCRI3.149.H37) maupun kepada semua orang, tanpa memperdulikan posisi dalam level keagenan multi level marketing (WCRI4.140.H41)

g. *Leadership*

Fairness yang miliki oleh subjek penelitian, juga dibarengi dengan karakter *Leadership*, *Strenght of Character Leadership* subjek nampak sebagai berikut:

1). Fokus, pada keberhasilan tim

Sifat pertama lainya yang mucul dalam perjalanan subjek membangun bisnis *Multi Level Marketing* adalah memfokuskan diri pada keberhasilan tim, bukan pada keberhasilan subjek pribadi (WCRKI.50.H07), serta di dapatkanya kepuasan ketika berhasil membuat tim subjek sukses, kepuasan tidak berfokus pada promo atau hadiah yang di dapat dari bisnis *Multi Level Marketing* (WCRKI.92.H08).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2). Inspiratif

Kekuatan karakter yang dimiliki oleh subjek penelitian dalam proses membangun bisnis *Multi level marketing* telah menginspirasi mitra atau *downline*, khususnya Informan 1 yang memiliki kedekatan dengan subjek dan juga keluarga di Solo, sehingga banyak hal yang mampu Informan 1 serap atau pelajari dari subjek penelitian (WCRI1.103.H21), kemudian dengan karakter yang baik dari subjek penelitian akhirnya Informan 1 yakin untuk bergabung dalam bisnis Multi Level Marketing (WCRI1.115.H21).

3). Suka memotivasi

Subjek sebagai *leader* dalam bisnis *Multi level marketing* juga memiliki kekuatan karakter, yang tercermin dari kecintaan beliau memberikan motivasi terhadap mitra atau *downline*, seperti yang disampaikan oleh Informan 1 bahwa motivasi untuk berkembang selalu subjek berikan, tidak hanya fokus untuk berjualan *produck* (WCRI1.120.H21), kemudian Informan 2 menambahkan bahwa subjek dengan telaten memberikan motivasi, ilmu dan semangat untuk mitra atau *downline*nya mengembangkan bisnis *multi level marketing* ini (WCRI2.53.H27) serta mempelajari ilmu lain, seperti *herbalogi* (WCRI2.116.H28).

4). Serius membina jaringan

Sebagai salah satu top *leader*, subjek penelitian menurut informan 3 membina jaringan dengan baik, dengan *follow up* setelah acara Home

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sharing berakhir (WCRI3.38.H33) bahkan dan *Home sharing* lebih sering diadakan dari pada acara *Bussiness Plan* lainnya, agar subjek dapat lebih dekat dengan mitra (WCRI3.103.H34). sehingga mitra atau *downline* benar benar faham dengan bisnis *Multi Level Marketing* ini (WCRI3.159.H35). dalam beberapa kesempatan subjekpun mengajak diskusi Informan 3 terkait *Multi Level Marketing* sehingga Informan 3 merasa benar benar faham dengan bisnis *Multi Level Marketing* ini (WCRI3.106.H34).

h. *Humility and Modesty*

Temperance (Kesederhanaan) adalah *virtue* sebagai *virtue* ke empat cukup sulit dimiliki oleh seseorang yang telah mencapai sebuah kesuksesan, namun subjek penelitian ini menunjukkan beberapa *Strenght of Character* yang menyusun *virtue temperance* (Kesederhanaan) antara lain, *Humility and Modesty,* dan *Self-regulation*. *Humility and Modesty* subjek terlihat dari sikap sebagai berikut:

1). Tidak konsumtif

Mengembangkan bisnis *Multi level marketing* dengan menjual *produck* obat dan kecantikan tidak lantas membuat subjek menjadi pribadi konsumtif, subjek mengonsumsi *produck* secukupnya, (WCRKI.349.H13) hal tersebut juga dibenarkan oleh Informan 1, dengan perilaku tidak konsumtif membuat subjek mudah untuk di duplikasi oleh mitra atau *downline* (WCRI1.128.H21)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2). Sederhana, *semadyanya*

Subjek menurut penuturan Informan 1 mendapatkan fasilitas yang cuku dari perusahaan, namun subjek tetap jarang untuk menggunakan fasilitas tersebut (WCRI1.218.H23) dan lebih milih berpenampilan fisik yang terkesan sederhana namun tidak kurang (WCRI2.149.H29) atau *semadyo*nya (WCRI2.160.H29)

Kesederhanaan yang ditampilkan oleh subjek penelitian juga didukung dengan pernyataan Informan 3 dan 4, bahwa subjek penelitian dalam berbagai kesempatan menunjukkan pilihan yang sederhana, dalam hal transportasi (WCRI4.188.H42), makanan (WCRI3.209.H36) dan lain sebagainya, bahkan subjek lebih menyukai makan dengan menggunakan tangan (WCRI4.270.H44) daripada menggunakan sendok atau pisau. walaupun sebenarnya subjek penelitian mampu untuk memilih pilihan yang lebih dari hal tersebut.

3). Tidak *Bossy*

Subjek dalam perjalanan karir nya menurut Informan 4 tidak menunjukkan sifat *bossy*, subjek tidak semena menena terhadap sopirnya (WCRI4.183.H42), namun tetap menghargai, baik mitra yang berada di level bawah subjek (WCRI4.197.H42), atau *downline* maupun mitra yang berada di atas level subjek atau *upline* (WCRI4.276.H44).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i. *Self Regulation* (Regulasi Diri)

1). Berfikir secara matang

Subjek memiliki cara berfikir yang matang, dalam menghadapi sebuah masalah dalam membangun bisnis *Multi level marketing*, seperti yang disampaikan oleh Informan 1 (WCRI1.110.H21), dan menurut Informan 2 bahwa subjek meregulasi emosi nya dengan baik sehingga tidak membuat sebuah keputusan ketika menghadapi masalah secara serta merta (WCRI2.188.H30) bahkan ketika masalah tersebut berbentuk hinaan (WCRI2.192.H30)

2). Toleransi terhadap kesalahan

Subjek menurut penuturan Informan 3 memiliki sifat toleransi terhadap kesalahan yang dilakukan oleh Informan 3 dalam keseharian informan 3 menemani akivitas subjek (WCRI3.49.H33)

3). Berfikir positif

Berfikir secara positif merupakan kekuatan karakter yang subjek miliki dengan mengikuti hati nurasi subjek penelitian (WCRKI.558.H18), Informan 2 menyatakan bahwa subjek selalu menjauhi berfikir negative (WCRI2.178.H29), walaupun dalam beberapa kesempatan menemui situasi yang tidak menguntungkan seperti ketika ada acara yang menghadiri hanya lima orang, padahal harapan subjek dan informan dua peserta yang hadir ada seratus orang (WCRI2.183.H30), serta berusaha tidak membuat masalah dengan orang lain (WCRI2.199.H30)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. *Hope* atau Harapan

Virtue Transcendence sebagai *virtue* terakhir dalam proses wawancara hadir dalam diri subjek, dengan diwakili oleh kekuatan *Hope* atau harapan, kekuatan tersebut dapat dilihat dari sifat atau sikap sebagai berikut:

1). *Optimisme* Besar

Subjek membangun bisnis *Multi Level Marketing* dengan *dream* atau harapan yang besar, yang dengan kuat subjek pegang sehingga dapat mencapai sebuah kesuksesan, menurut subjek mimpi itu harus dimiliki setinggi langit, agar apabila jatuh maka subjek masih tetap berada di antara bintang-bintang, mimpi itu harus seolah olah tidak dapat diraih (WCRKI.111.H08).

Informan 1 mengatakan bahwa subjek penelitian memiliki *hope* yang tinggi untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam bisnis *Multi Level Marketing*, dan memiliki *Roja'* atau kekhawatiran dan *Kauf* atau ketakutan, kemudian keduanya menjadi menyeimbang dari mimpi yang subjek miliki (WCRI1.226.H24).

2). Optimisme kecil

Optimisme besar yang subjek miliki, juga dibarengi dengan optimisme kecil, optimisme kecil itu meliputi pemenuhan beberapa harapan yang dapat dijangkau dalam waktu yang singkat, seperti ketersediaan rumah ideal, yang didalamnya ada anak yatim piatu (WCRKI.124.H08), kemudian pemenuhan rukun islam, yaitu zakat (WCRKI.144.H09) dan haji (WCRKI.136.H09) yang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa syarat dan rukun yang wajib terpenuhi terlebih dahulu, kemudian berdirinya sebuah pondok pesantren (WCRKI.160.H09).

k. *Spirituality*

Virtue Transcendence sebagai *virtue* terakhir dalam proses wawancara hadir dalam diri subjek, juga dengan diwakili oleh kekuatan *Spirituality* kekuatan tersebut dapat dilihat dari sifat atau sikap sebagai berikut:

1). Tidak Hedonis

Perjalanan subjek dalam membangun membangun bisnis *Multi Level Marketing*, menurut penuturan subjek adalah sebuah perjalanan untuk meraih kehidupan setelah kehidupan akhirat, bukan untuk kesenangan pribadi atau dunia subjek penelitian (WCRKI.63.H07), dengan kenyataan bahwa subjek memiliki kepercayaan tentang adanya sesuatu yang lebih besar dari alam semesta ini maka tidak hedonis dapat dikategorikan sebagai salah satu *strenght of character Spirituality* atau kekuatan spiritualitas.

2). Wara' atau Menjauhi larangan nilai atau ajaran

Subjek Penelitian dalam perjalanan karir nya menunjukkan sifat wara' atau hati hati, yang dimaksud disini adalah menjauhi larangan nilai atau ajaran, contohnya menjauhi *riba'.* khususnya ajaran agama islam, karena subjek adalah seorang muslim. (WCRKI.370.H14). Sifat tersebut juga subjek tularkan kepada *downline,*beberapa aturan subjek terapkan dalam relasi antar mitra (WCRI2.12.8H28).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3). Taat, dalam menjalankan ajaran agama

Sisi ketaatan subjek penelitian dalam menjalankan ajaran agama disampaikan oleh Informan 1, 2, 3 dan 4. subjek menurut penutupan Informan 1 melakukan kewajiban keagamaan seperti sholat dengan baik (WCRI1.180.H23), kemudian melaksanakan *sunnah* agama islam seperti *qiyamullail* atau sholat sunnah malam (WCRI2.123.H28), bahkan ketika ada acara yang mengharuskan menginap, maka subjek mengajak mitra untuk melaksanakan *qiyamullail* atau sholat sunnah malam (WCRI2.12.8H28), subjek juga melaksanakan pengajian setiap kamis malam (WCRI3.126.H34), mengaji Al-Qur'an setiap ada waktu luang (WCRI4.119.H42) dan rutin atau *istiqomah* (WCRI4.129.H42) serta menjalankan puasa *sunnah* (WCRI4.169.H43).

Penelitian ini menghasilkan temua sebelas *strengh of character* tersebut di atas, di samping itu penelitian ini juga menemukan temuan sifat atau karakter lain yang ada pada diri subjek yaitu:

a. Dermawan

Subjek dalam sesi wawancara mengungkapkan bahawa subjek memiliki sikap atau mental berkelimpahan atau dermawan (WCRKI.185.H10), dalam pandangan subjek, subjek akan berusaha memberikan kontribusi kepada siapapun yang subjek temui, termasuk mengajak ke dalam bisnis *multi level marketing* ini (WCRKI.194.H10).

Kedermawanan subjek juga dibenarkan oleh Informan 1, bahwa subjek sering memberikan kontribusi untuk orang disekitar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(WCRI1.145.H22). Informan 2 juga menambahkan bahwa subjek tidak hanya sebatas memberikan bantuan dalam mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing,* namun juga bantuan kecil dalam kehidupan sehari-hari (WCRI1.144.H29). Informan 3 menyatakan bahwa subjek sering memberikan hadiah kepada Informan 3, seperti membelikan tiket untuk acara PT HNI HPAI (WCRI3.183.H36) maupun mitra lainnya sebagai bentuk keberlimpahan hatinya (WCRI3.2247.H3) dengan menggunakan uang pribadi subjek (WCRI3.338.H37), serta memberikan hadiah khusus kepada mitra yang dapat mencapai posisi tertentu dengan waktu tercepat (WCRI3.233.H37). Keterangan yang sama juga diberikan oleh Informan 4 bahwa subjek suka berbagi kepada Informan 4 (WCRI3.165.H41)

b. *Fleksibel*, memanfaatkan waktu

Kekuatan karakter lain yang subjek miliki berdasarkan wawancara adalah *fleksibel,* atau pandai dalam memanajemen waktu, menurut subjek waktu harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, walaupun bertemu dengan calon pembeli atau calon mitra berkisar antara tiga puluh menit (WCRKI.439.H15)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Informan 1 menurut Informan 1 subjek memanfaatkan waktu dengan baik (WCRI1.243.H24), Informan 2 menambahkan bahwa subjek ketika ada waktu luang selalu memanfaatkan waktu tersebut untuk membangun bisnis *multi level marketing* maupun dalam hal berbagi ilmu (WCRI2.98.H28).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uraian di atas dapat di jelaskan dengan skema berikut ini:

Kearifan dan Pengetahuan
1. Kreatifitas
2. Keingintahuan
3. Keterbukaan Pikiran
4. Kecintaan Belajar
5. Perspektif

Keteguhan Hati
1. Keberanian
2. Ketekunan
3. Kejujuran
4. Vitalitas

Kemanusiaan dan Cinta Kasih
1. Cinta
2. Kebaikan
3. Kecerdasan Sosial

Keadilan
1. Keanggotaan dalam Kelompok
2. Keadilan dan Persamaan
3. Kepemimpinan

Kesederhanaan
1. Memaafkan
2. Kerendahan Hati
3. Kebijaksanaan
4. Regulasi Diri

Transendensi
1. Apresiasi terhadap Keindahan dan Kesempurnaan
2. Bersyukur
3. Harapan
4. Humor
5. Spiritualitas

Strenght of Character yang muncul dalam diri subjek penelitian berdasarkan penggalian data adalah sebagai berikut:

Kreativitas
1. Cerdik, berfikir diluar toeri
2. Unik, dalam segi pemikiran

Kecintaan Belajar
1. Praktikal
2. Jiwa pembelajar

Ketekunan
1. Pantang Menyerah
2. Tegas

Vitalitas
1. Energic
2. Sensible, berfikiran sehat

Kebaikan
1. Baik hati, suka membantu
2. Peka
3. Ramah

Persamaan dan keadilan
1. Objektif
2. bersahabat

Kepemimpinan
1. Fokus pada keberhasilan tim
2. Inspiratif
3. Suka memotivasi
4. serius membina

Kerendahan Hati
1. Tidak Konsumtif
2. sederhana, *semadyanya*
3. Tidak *Bossy*

Regulasi Diri
1. Berfikir secara matang
2. Toleransi kesalahan
3. Berfikir positif

Harapan
1. Optimisme besar
2. Optimisme kecil

Spirituality
1. Tidak Hedonis
2. Wara'
3. Taat

Temuan Lain
1. Dermawan
2. Fleksibel

Gambar 1. Hasil temuan penelitian, *Strenght of Character* Pelaku *Multi Level Marketing*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pembahasan

Berdasarkan dari fokus penelitian ini, maka ditemukan bahwa *strenght of character* dari subjek penelitian adalah *Creativity, Love of learning, Persistence, Vitality, Kindness, Fairness, Leadership, Humility and Modesty, Self-regulation, Hope,* dan *Spirituality.*

S*trenght of character creativity* atau kreativitas subjek terlihat dari sifat cerdikyang subjek miliki, subjek berfikir diluar teori, subjek memiliki cara unik untuk mendekati pasar maupun mengajak mitra atau *downline* bahkan subjek pernah melakukan transaksi *produck* dengan sistem *barter* tanah. Sifat cerdik yang subjek miliki membuat subjek dapat melakukan banyak hal dalam kurun waktu yang singkat, subjek merangkai tempat yang dapat di datangi dalam kurun waktu tertentu, sehingga menghasilkan kerja yang efisien, subjek juga secara cerdik menyesuaikan konten pembicaan dengan lawan bicara nya untuk mengajak bergabung dalam bisnis *multi level marketing.*

Sifat lain yang nampak adalah keunikan subjek dalam pemikiran, Subjek dalam mengisi sebuah acara selalu menampilkan keunikan, walaupun materi telah tersedia banyak di internet, namun cara subjek menyajikan materi terkesan unik dan berciri khas.

Cerdik, Berfikir diluar teori dan unik, dalam segi pemikiran merupakan salah satu ciri dari kekuatan *Creativity* (Kreatifitas), dikarenakan cerdik dan pemikiran yang unik membuat subjek menampilkan perilaku atau ide yang yang relevan dan juga harus adaptif di lingkungan, serta memberikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontribusi positif untuk kehidupannya sendiri dan untuk kehidupan dari yang lain. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dan devinisi S*trenght of character creativity* menurut Peterson & Seligman (2004).

Subjek sebagai seorang pelaku *Multi level marketing* dalam perjalanan karirnya memiliki kreativitas atau mengembangkan kreativitas dengan baik, dimungkinkan karena adanya *stressor* yang cukup tinggi serta banyaknya kendala yang subjek hadapi, sebagai contoh adalah pelabelan buruk tentang *Multi level marketing,* untuk membuat seseorang percaya untuk bergabung dengan bisnis ini memerlukan cara yang tidak biasa atau cerdik.

Hal tersebut didukung dengan kenyataan bahwa lahirlah berbagai cara yang subjek kembangkan untuk membuat seseorang berkeinginan bergabung dengan bisnis *Multi level marketing* ini dan cara subjek dalam memasarkan *produck*.

Strenght of character kedua yang nampak pada diri subjek adalah *Love of Learning* dengan ciri menunjukkan sifat praktikal dan memiliki jiwa pembelajar. *Praktikal* termasuk dalam kriteria dalam *strenght of character love of Learning* atau kecintaan belajar, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Peterson & Seligman (2004) bahwa seseorang yang memiliki sifat umum cinta belajar termotivasi secara positif untuk memperoleh keterampilan baru atau pengetahuan atau membangun keterampilan yang ada dengan pengetahuan.

Memiliki semangat belajar yang tinggi atau jiwa pembelajar dapat dikategorikan bahwa subjek penelitian masuk dalam kategori s*trenght of*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Character love of learning, dengan ciri subjek mengarahkan dirinya untuk selalu ingin mempelajari hal-hal baru untuk mengembangkan keterampilan atau memperkaya pengetahuan yang dimilikinya. dan merasakan emosi yang positif ketika subjek memperoleh keterampilan atau informasi baru.

Love of learning masuk dalam *virtue wisdom and knowledge*, sebuah *virtue* yang dapat diidentikkan dengan budaya seorang muslim, seorang muslim dapat rentang waktu hidupnya diperintah oleh agama untuk terus belajar, mulai dari pangkuan ibu sampai dengan liang lahat. Maka sangat dimungkinkan bahwa subjek memiliki kekuatan karakter *Love of learning*.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Seligman (2002) Terkait budaya, dikatakan bahwa *virtue* terdapat di setiap budaya, namun masing-masing budaya akan memaknai *virtue* dengan cara yang berbeda sehingga tindakan yang muncul ketika menghadapi tantangan hidup menjadi berbeda.

Subjek sebagai seorang muslim melayu dalam menghadapi tantangan hidup dan juga perintah dari ajaranya dimungkinkan mengembangkan *virtue virtue wisdom and knowledge*, khususnya s*trenght of Character love of learning*, hal tersebut sesuai dengan pernyataan Compton (2005) bahwa setiap budaya memiliki kekuatan karakter yang dominan dan berbeda dari budaya lainnya, didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lingga (2012) menunjukan bahwa etnis melayu cenderung dominan memiliki tiga *virtue*, yakni *humanity, wisdom and knowledge*, dan *courage*,

Persistance (Ketekunan) masuk dalam *Character strengths* yang dimiliki oleh subjek penelitian, dengan munculnya sifat pantang menyerah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan juga tegas. menunjukkan sikap pantang menyerah, ketika ada kesulitas berkaitan dengan mitra atau *downline* ataupul melewati masalah pribadi sehingga mampu untuk berdiri pada level tertinggi bisnis *Multi Level Marketing* ini, serta memiliki ketegasan dalam berkomunikasi dan menjual *produck Multi Level Marketing.*

Sifat pantang menyerah dan tegas sesuai dengan *Strenght of Character Persistance* (Ketekunan) yang dikemukakan oleh Peterson & Seligman (2004), meskipun menghadapi berbagai tantangan. Individu akan mengambil tantangan untuk mengerjakan proyek atau tugas yang sulit dan menyelesaikannya sesuai dengan yang telah direncanakannya.

Strenght of Character Persistance (Ketekunan) subjek nampakkan dalam menjalankan bisnis *multi level marketing* dan juga dalam proses subjek menjalani sakit bahkan ketika masih bekerja di PT Astra, *Strenght of Character Persistance* (Ketekunan) bagi subjek adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan sebagai konsekuensi dari adanya harapan yang tinggi dan pilihan karir yang subjek miliki.

Bekerja dengan gaji pasti dan dengan status sosial yang tinggi di PT Astra subjek tinggalkan demi mengembangkan bisnis *multi level marketing*, hal tersebut adalah keputusan yang luar biasa dan tidak semua orang mampu mengambil keputusan tersebut, seseorang tersebut pasti memiliki kepribadian yang unik dan tangguh.

Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Holland (1985) bahwa minat jabatan atau pekerjaan merupakan aspek penting dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepribadian. Tiap tipe adalah hasil interaksi dari karakteristik social diantara budaya yang bervariasi dan kekuatan seseorang adalah termasuk teman sebaya, sifat yang diturunkan, orang tua, kelas sosial, budaya, lingkungan fisik. Di luar dari pengalaman ini orang belajar pertama kali untuk lebih menyukai beberapa aktifitas yang berbeda dengan orang lain. Kemudian aktifitas ini menjadi suatu ketertarikan yang kuat seperti ketertarikan seseorang yang membawa kedalam suatu *group* yang memiliki kemampuan tertentu. Akhirnya kemampuan dan ketertartarikan seseorang menciptakan watak seseorang secara khusus yang menjadi petunjuk bagi dia untuk berfikir, merasa dan bertindak dengan cara yang khusus. Secara singkat tiap tipe mempunyai daftar sifat dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah lingkungan dan tugas. Subjek sebagai pribadi dengan karakter yang unik memiliki kecendrungan untuk konsisten bertahan dan tekun mengembangkan bisnis *Multi level marketing*.

Strenght of Character Vitality dalam proses wawancara juga muncul sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki oleh subjek penelitian, dengan ciri sikap atau sifat *energic* dan juga *Sensible*, berfikiran sehat. *Energic* atau bugarnya kesehatan fisik adalah salah satu ciri dari kekuatan karakter vitalitas atau vitality, kebugaran fisik yang subjek tampakkan disini adalah sebagai kehendak dan tanggung jawab untuk kelayakan hidup, bukan sebagai hiperaktif, gugup, ketegangan, atau mania, hal tersebut sesuai dengan kriteria yang disampaikan oleh Maslow (1970) dalam Peterson & Seligman (2004).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Disisi lain *Sensible*, atau yang dimaksudkan disini adalah kemampuan untuk berfikir secara sehat dimiliki oleh subjek penelitian yaitu sikap tidak mengeluh dalam menghadapi masalah yang muncul dalam membangun bisnis *Multi level marketing* masuk dalam *Strenght of Character Vitality.*

Vitalitas dalam Peterson & Seligman (2004) tidak hanya berkaitan dengan kesehatan fisik dan fungsi tubuh yang optimal, namun juga Vitalitas mengacu pada gairah dan antusiasme dalam menjalani segala aktifitas. hal tersebut nampak pada diri subjek yang tampil dengan kemauan untuk mengerjakan sesuatu dan dengan vitalitas psikologis tersebut subjek cenderung lebih mudah menghadapi ketegangan psikologis, konflik dan *stressor*.

Vitalitas fisik maupun psikis yang subjek miliki menurut penuturan subjek adalah bukti kecintaan subjek kepada *Thibbun Nabawi* atau pengobatan ala nabi yang diusung oleh PT HNI HPAI, subjek dengan konsisten mengabdikan seluruh waktu, fisik dan psikisnya untuk mengembangkan *multi level marketing* tersebut, serta sebagai rasa terimakasih kepada Tuhan lewat *produck* dari PT HNI HPAI subjek berhasil sembuh dari sakit paru paru.

Seseorang dengan tekad dan motivasi yang sedemikian rupa dimungkinkan mampu melakukan hal hal yang di luar lanar, seperti subjek yang tanda lelah menjalani berbagai aktivitas terbaik *multi level marketing*, dengan perasaan positif dan *Sensible* subjek mampu mengembangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jaringan di berbagai wilayah Indonesia dan dapat mencapai puncak keagenan *multi level marketing* PT HNI HPAI.

Virtue yang *Humanity and love* (Perikemanusiaan dan Cinta kasih) sebagai *Virtue* ke empat juga dimiliki oleh subjek penelitian, dengan nampaknya *Strenght of Character Kindness* pada diri subjek penelitian, dengan sikap baik hati, atau suka membantu dan peka akan kebutuhan orang disekitar serta ramah.

Empati dan simpati adalah komponen yang penting dalam kebaikan hati Peterson & Seligman (2004), Individu yang memiliki kebaikan hati tidak pernah terlalu sibuk untuk membantu orang lain yang membutuhkannya, baik yang telah dikenalnya maupun dengan yang belum yang dikenalnya, subjek dalam hal ini telah menunjukkan sikap suka memberikan bantuan dan juga memiliki kepekaan atau empati terhadap sesama, maka dapat dikatakan bahwa subjek memiliki *Strenght of Character Kindness.*

Subjek adalah seorang *leader* yang sedang mempelajari ilmu agama dan mempraktekan secara langsung ilmu tersebut untuk kebaikan mitra atau *downline* subjek penelitian, maka dengan kenyataan tersebut subjek mengambangkan kekuatan karakter yang mengarah ke *illahian,* atau kesempurnaan, salah satunya adalah *kindness.* Dengan karakter tersebut dimungkinkan subjek memiliki kemantapan sikap dan kualitas yang layak memperoleh dukungan dan kedudukan di antara mitra atau *downline* subjek penelitian, sehingga subjek berusaha melahirkan etika kepribadian penuh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daya tarik. Proses ini bermula dari kalangan terdekat kemudian mampu menjalar ke tempat berjauhan.

Cara kepemimpinan dan kebaikan seorang leader tidak jarang dijadikan tolok ukur utama atas keberadaan *multi level marketing*, dalam konteks ini meminjam pemikiran Weber yang menggambarkan pemimpin-pemimpin berperspektif keagamaan yang berkharismatik. Dasar kepemimpinan mereka adalah kepercayaan bahwa mereka memiliki suatu hubungan khusus dengan yang Maha Kuasa atau malah mewujudkan karakteristik-karakteristik ilahi tersebut (Paul, 1994).

Strenght of Character yang subjek miliki adalah *Fairness* dengan adanya sifat o*byektif,* Subjek dalam merekrut mitra atau *downline,* tidak memiliki kriteria khusus, serta subjek memperlakukan mitra atau *downline* dengan sama, tidak ada perbedaan sama sekali. *Objektif* atau tidak membeda-bedakan dan tidak membiarkan perasaannya mempengaruhi pandangannya terhadap orang lain, adalah sikap yang menunjukkan *Strenght of Character Fairness,* maka dengan hal ini subjek dapat dikatakan memiliki *Strenght of Character Fairness* dengan ciri tersebut.

Hampir sama dengan alasan munculnya *kindness* dalam diri subjek penelitian, subjek juga mengembangkan *Fairness* atau persamaan dalam relasi antara mitra, hal tersebut memungkinkan subjek memiliki kharisma tersendiri diantara mitra atau *downline* subjek penelitian.

Fairness yang miliki oleh subjek penelitian, juga dibarengi dengan karakter *Leadership*, *Strenght of Character Leadership* subjek nampak dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap subjek yang fokus, pada keberhasilan tim, kemudian dari cara subjek menjadi inspirasi bagi mitra atau *downline*, dan kecintaan subjek memotivasi mitra atau *downline* serta langkah dan tindakan pasti subjek dalam menunjukkan keseriusan subjek membina jaringan.

Subjek penelitian dengan sikap memfokuskan diri pada keberhasilan tim, membina jaringan, memberikan motivasi dan menginspirasi mitra atau *downline* telah menunjukkan kekuatan dalam *strenght of character Leadership* atau Kepemimpinan, Menurut Peterson & Seligman (2004) kepemimpinan mengarahkan individu untuk menjadi pemimpin yang baik, dapat mengorganisasikan aktivitas dalam kelompok dan memastikan bahwa segala sesuatu berjalan dengan baik, hal tersebut nampak dalam diri subjek penelitian.

Multi Level Marketing atau yang biasa subjek sebut sebagai kerja *amal jama'i* atau kerja sama atau gotong royong memungkinkan subjek mengembangkan gaya kepemimpinan demokratis seperti yang tersebut di atas, subjek memberikan motivasi dan arahan yang strategis untuk para mitra atau *downline* nya. Penyebutan sistem kerja *Multi Level Marketing* PT HNI HPAI sebagai kerja *amal jama'i* atau kerja sama atau gotong royong dimungkinkan dipengaruhi oleh nilai atau budaya subjek sebagai orang jawa.

Orang Indonesia khususnya jawa dalam kesehariannya diajarkan dan mengembangkan konsep rotong royong, bahkan dalam beberapa dekade kepemimpinan presiden Republik Indonesia rotong royong dijadikan slogan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam berbagai kesempatan, hal tersebut sangat dimungkinkan untuk di internalisasi oleh subjek penelitian sehingga dalam dunia *Multi Level Marketing* pun subjek mengembangkan gaya kepemimpinan atas dasar kerja *amal jama'i* atau kerja sama atau gotong royong.

Temperance (Kesederhanaan) adalah hadir dalam diri subjek di wakili oleh *Humility and Modesty*, dan *Self-regulation*. *Self Regulation* (Regulasi Diri) nampak dari cara subjek berfikir secara matang, dan sikap toleransi terhadap kesalahan serta berfikir positif. Subjek memiliki regulasi emosi yang baik dimungkin dipengaruhi oleh nilai spiritual yang subjek miliki serta keinginan subjek mengembangkan keilmuan agama atau menjadi santri, dibuktikan dengan keinginan subjek membuat pesantren *enterpreneur*.

Subjek dengan nilai spiritual dan keinginan untuk mengembangkan keilmuan agama memungkinkan subjek melakukan berbagai aktivitas keagamaan yang berdampak possitif bagi regulasi emosi dan regulasi diri subjek seperti dzikir, hal tersebut di dukung dengan hasil penelitian yang berjenis korelasional yang dilakukan oleh Bukhori (2005) menunjukkan bahwa santri yang intensif melakukan dzikir memiliki agresivitas yang rendah, kemudian dengan berdzikir akan tercipta suasana yang *rileks* saat dzikir maupun di luar dzikir. Suasana yang tenang ini dapat menghentikan gambaran-gambaran dalam pikiran yang menyebabkan terjadinya kemarahan, dzikir mampu meningkatkan konsentrasi, semangat hidup, dan keseimbangan emosional.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Humility and Modesty subjek juga terlihat dari sikap subjek yang tidak konsumtif kemudian penampilan fisik yang sederhana, *semadyanya* serta perlakuan subjek yang tetap tidak *Bossy* kepada mitra atau *downline*, walaupun subjek telah menjadi Top *Leader*.

Strenght of Character ini menurut Peterson & Seligman (2004) menekankan pada kerendahan hati. *Modesty* lebih bersifat eksternal, yang artinya bersifat sederhana secara perilaku maupun penampilan, hal tersebut dimiliki oleh subjek dengan penampilan subjek yang *semadyanya*, Sedangkan humility bersifat internal, yaitu kecenderungan individu yang merasa dirinya bukanlah pusat dari dunia, hal tersebut juga dimiliki oleh subjek dengan menunjukkan sikap tidak *bossy*.

Subjek dalam mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing* menampilkan kekuatan karakter *Humility and Modesty*, hal tersebut dimungkinkan dipengaruhi oleh Pola asuh atau *Parenting* yang diberikan oleh lingkungan khusunya orangtua subjek. Kesederhanaan bukanlah karakter yang mudah untuk hadir dalam kurun waktu singkat, apalagi dalam keadaan dimana seseorang berada dalam puncak kehidupan, dengan kenyataan tersebut maka dimungkinkah bahwa *Humility and Modesty* telah di internalisasi oleh orang tua subjek ke dalam kehidupan subjek sehingga walaupun sekarang subjek berada dalam puncak karir, subjek tetap menampakkan karakter *Humility and Modesty.*

Strenght of character selanjutnya dari subjek penelitian adalah *Hope.* Karakter *Hope* muncul ketika subjek menyampaikan tentang optimisme

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

besar maupun kecil yang subjek miliki, menurut subjek mimpi itu harus dimiliki setinggi langit, agar apabila jatuh maka subjek masih tetap berada di antara bintang-bintang, mimpi itu harus seolah olah tidak dapat diraih dan apabila sudah memiliki mimpi itu maka hati harus dikuatkan untuk meraih mimpi tersebut, dan apabila telah diraih maka mimpi harus diperbaharui lagi.

Perwujudan dari *Strenght of Character Hope* subjek penelitian adalah dengan adanya optimisme besar yang dimiliki oleh subjek untuk memiliki sebuah rumah untuk keluarga, rumah yang seperti Rosulullah sampaikan yaitu di dalamnya ada anak yang di asuh, otomatis rumahnya harus besar, selain memiliki *hope* yang tinggi untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam bisnis *Multi Level Marketing*, subjek juga memiliki *Roja'* atau kekhawatiran dan *Kauf* atau ketakutan, kemudian keduanya menjadi menyeimbang dari mimpi yang subjek miliki

Subjek dengan kepemilikan *hope* yang tinggi dan *Roja'* atau kekhawatiran dan *Kauf* atau ketakutan, memungkinkan subjek menjadi pribadi yang seimbang dalam pemikiran dan tindakan, Hal tersebut dimungkinkan dipengaruhi oleh harapan terbesar subjek penelitian yaitu mencapai kebahagiaan yang *haqiqi*, yaitu kebahagiaan di kehidupan setelah dunia, yaitu akhirat. Hal tersebut dibuktikan dengan ketaatan subjek menjalankan seluruh ajaran agama yang dianut.

Keseimbangan antara *hope* yang tinggi dan *Roja'* atau kekhawatiran dan *Kauf* atau ketakutan yang dimiliki oleh subjek penelitian selanjutnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadikan subjek dapat memaksimalkan segala tindakan dan menggunakan *character strengths* lainnya dengan baik, selanjutnya dengan upaya tersebut subjek dapat mencapai kebahgiaan dengan lebih cepat. hal tersebut didukung oleh Govindji & Linley (2007) dan Proctor & Linley, (2009) yang menyatakan bahwa makin individu dapat menggunakan *character strengths*nya maka makin tinggi pula kebahagiaan dan pencapaian atau kebahagiaan hidupnya, hal tersebut juga berefek pada *self-efficacy, self-esteem,* energi dan vitalitas yang tinggi.

Dijelaskan pula oleh Scheier et al. (1994) bahwa optimis atau *hope* sebagai salah satu *character* subjek penelitian berhubungan dengan ketahanan dalam menghadapi stressor serta memperkecil resiko adanya masalah mental seperti depresi dan gangguan kecemasan, pada intinya seseorang yang memiliki *hope* seperti subjek penelitian akan melihat sebuah situasi yang menekan dengan pandangan yang lebih menarik dan dapat mengembangkan lebih banyak *coping* untuk stressor serta lebih banyak lagi upaya dalam mencegah timbulnya stress.

Virtue Transcendence sebagai *virtue* terakhir dalam proses wawancara hadir dalam diri subjek, juga dengan diwakili oleh kekuatan *Spirituality* kekuatan tersebut dapat dilihat dari sifat atau sikap yang tidak hedonis, dan lebih memikirkan tentang kehidupan setelah kehidupan dunia dan Wara' atau Menjauhi larangan nilai atau ajaran lalu ketaatan subjek dalam menjalankan ajaran agama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses wawancara menghasilkan data bahwa subjek tidak memiliki *background* agama, namun dalam perjalanan membangun bisnis *multi level marketing* subjek menunjukkan kekuatan karakter spiritualita yang tinggi, hal tersebut sangat dimungkinkan karena sejatinya setiap manusia memiliki modal atau bakat untuk menjadi *fitrah* atau suci. hal tersebut dibenarkan oleh Friedman dan Schustack (2006) yang menyatakan bahwa sifat dasar manusia pada hakikatnya adalah spiritual.

Selain itu James (2002) dalam Peterson & Seligman (2004) berpendapat bahwa agama mengacu kepada perasaan, tindakan dan pengalaman individu dalam kesendiriannya, sehingga mereka bisa memahami dirinya sendiri dalam hubungannya dengan Tuhan. Sesuai dengan yang dialami oleh subjek penelitian, yaitu subjek pernah merasakan sakit paru-paru, hingga tersisa hanya 35% fungsi dari paru-paru tersebut, dengan penghayatan dari pengalaman tersebut dimungkinkan subjek dapat memahami diri sendiri dan Tuhannya. Senada yang dikemukakan oleh Frankl (2008) bahwa manusia mempunyai sumber daya kerohanian yang melampaui akal budi untuk memilih dan melakukan yang terbaik bagi dirinya dan bertanggung jawab penuh atas apa yang sedang diperbuatnya atau yang telah diperbuatnya.

Kepemilikan *Strenght of Character* subjek penelitian sesuai dengan yang dikemukakan oleh Peterson & Seligman (2004) yang menyatakan bahwa keutamaan dan kekuatan karakter bersifat individual dan berbeda-beda secara lintas budaya. Dalam perjalanan subjek penelitian membangun bisnis *Multi Level Marketing* muncullah karakter *Vitality, Kindness, Modesti*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

and Humality, Hope dan Spirituality sebagai karakter terkuat yang bersifat individual yang dimiliki oleh subjek penelitian.

Pernyataan Peterson & Seligman (2004) yang mengatakan bahwa kekuatan karakter dan keutamaan dipengaruhi budaya dapat terlihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada suatu kelompok masyarakat tertentu, seperti dalam sebuah negara dapat ditemukan kekuatan-kekuatan karakter khas yang menonjol. Di Amerika ditemukan bahwa kekuatan karakter yang menonjol yaitu kebaikan, kejujuran, berterima kasih, dan pertimbangan (Park, Peterson, & Seligman, 2006). Budaya diartikan sebagai rangkaian kepercayaan, norma, dan nilai yang diwariskan (Snyder & Lopez, 2007).

Subjek penelitian dengan kekuatan tersebut mengembangkan diri untuk membangun bisnis *Multi Level Marketing*, menghadapi berbagai kritikan yang menghalangi serta memberikan citra yang baik untuk dirinya sendiri sebagai pelaku *Multi Level Marketing* juga terhadap *produck* yang subjek jual sehingga mampu mencapai posisi Platinum atau posisi paling tinggi dalam posisi keagenan *Multi Level Marketing* HNI HPAI (*Halal Network Internasional*, Herbal Penawar Al Wahida Indonesia) dan memperoleh berbagai penghargaan sebagaimana terlampir dalam lampiran 9. Kenyataan tersebut di atas sesuai dengan *Positive Psyghology* yang menganggap bahwa setiap individu memiliki kekuatan dalam diri untuk mencapai hidup yang bermakna dan dapat tegar dalam menghadapi *stressor* (Petterson &

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seligment 2004). Subjek menggunakan kekuatan karakter yang mampu membuat mereka tegar dalam membangun bisnis dan jaringan mereka.

Penelitian ini selain menghasilkan temua sebelas *strengh of character* tersebut di atas, di samping itu penelitian ini juga menemukan temuan sifat atau karakter lain yang ada pada diri subjek yaitu:

1. Dermawan

   Sifat dermawan dimiliki subjek dengan upaya subjek memberikan kontribusi kepada siapapun yang subjek temui, termasuk mengajak ke dalam bisnis *multi level marketing ini.* bantuan yang subjek berikan juga menyentuh ranah kehidupan sehari-hari seperti memberikan tumpangan gratis, membelikan makanan untuk mitra, kemudian memberikan *reward* kepada mitra dengan uang pribadi subjek.

2. *Fleksibel*, memanfaatkan waktu

   Kekuatan karakter lain yang subjek miliki adalah *fleksibel*, atau pandai dalam memanajemen waktu, menurut subjek waktu harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, walaupun bertemu dengan calon pembeli atau calon mitra berkisar antara tiga puluh menit, subjek ketika ada waktu luang selalu memanfaatkan waktu tersebut untuk membangun bisnis *multi level marketing* maupun dalam hal berbagi ilmu.

Sifat dermawan dimiliki subjek merupakan salah satu unsur dalam ajaran agama yang memperhatikan masalah duniawi terutama masalah ketidak seimbangan antara orang kaya dan miskin, subjek dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan bisnis *multi level marketing* memperhatikan kesejahteraan dan kelayakan hidup mitra atau *downline* nya sehingga tidak jarang memberikan bantuan berupa tenaga atau materil. Secara fungsional, agama memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, baik bagi masyarakat tradisional maupun modern, agama merupakan tempat mereka mencari makna hidup yang final dan *ultimate* sehingga segala bentuk perilaku dan tindakan selalu berkiblat pada tuntunan agama (*way of life*) (Soelaeman, 1995).

Sifat dermawan dimiliki subjek juga merupakan bentuk dari kebaikan yang subjek sebarkan diantara mitra atau *downline*. Menurut Thomas (2004) nilai-nilai religiusitas sangat dimungkinkan keberadaannya karena ajaran-ajaran agama mengajarkan dan menganjurkan untuk berbuat kebajikan. Subjek dengan nilai religiusitas atau spiritualitas yang tinggi dimungkinkan melakukan kebaikan berupa kedermawanan antara sesama.

Sifat dermawan yang subjek kembangkan juga mengarah kepada sifat *illahian,* atau kesempurnaan, dengan karakter tersebut dimungkinkan subjek memiliki kemantapan sikap dan kualitas yang layak memperoleh dukungan dan kedudukan di antara mitra atau *downline* subjek penelitian, sehingga subjek berusaha melahirkan etika kepribadian penuh daya tarik. Proses ini bermula dari kalangan terdekat kemudian mampu menjalar ke tempat berjauhan.

Etika kepribadian yang penuh daya tarik diwakili oleh sifat dermawan tersebut menjadikan subjek sebagai pemimpin *multi level marketing* yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kharismatik, dalam konteks ini meminjam pemikiran Weber yang menggambarkan pemimpin-pemimpin berperspektif keagamaan yang berkharismatik. Dasar kepemimpinan mereka adalah kepercayaan bahwa mereka memiliki suatu hubungan khusus dengan yang Maha Kuasa atau malah mewujudkan karakteristik-karakteristik ilahi tersebut (Paul, 1994).

Temuan kedua dalam penelitian ini adalah sifat *Fleksibel*, memanfaatkan waktu, subjek dengan sifat tersebut dimungkinkan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan diri dan mencapai puncak level keagenan *multi level markting*, dibuktikan dengan pencapaian subjek dalam binis ini, subjek bergabung dalam kurun waktu yang belum genap sepuluh tahun namun subjek telah mencapai posisi tertinggi level keagenan *multi level marketing* PT HNI HPAI, yaitu posisi Platinum.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id