

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PT. MELIA
SEHAT SEJAHTERA CABANG BANDAR LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HERBAL,
SKINCARE DAN KOSMETIK**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh:
MUJAHIDATUN NISA
NPM: 1541030036**

Jurusan: Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/2021 M**

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PT. MELIA
SEHAT SEJAHTERA CABANG BANDAR LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK
HERBAL,SKINCARE DAN KOSMETIK**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial(S.Sos)
Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi



Pembimbing I :Prof.Dr.H. Khomsahrial Romli,M.Si
Pembimbing II : Dr.Hj.Susllina,M.Ag

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/2021 M

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah analisis pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam menentukan rencana terus menerus sehingga mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh setiap badan atau organisasi dalam usaha yang dijalankannya agar mencapai suatu target yang telah ditentukan. PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan bidang bisnis menggunakan sistem pemasaran jaringan atau *binary networking* yang cukup untuk menarik perhatian besar dikalangan masyarakat Indonesia. Sebagai bisnis jaringan alternatif, melia sehat sejahtera bisa dikatakan beda dengan bidang bisnis konvensional. PT. Melia Sehat Sejahtera berpusat di Graha Grace Jl. Minangkabau No. 58, Setia Budi Jakarta Selatan, dan membuka cabang di Bandar Lampung tepatnya di Jl. Sisinga Mangaraja No. 20, Tanjung Karang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera dalam meningkatkan penjualan produk herbal, skincare dan kosmetik. Sedangkan metode yang digunakan oleh peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan cara mengangkat data dilapangan yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung dalam strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan metode dokumentasi. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah pemasaran yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera menggunakan marketing plan yang sangat bagus dan teruji karena memiliki izin usaha penjualan berjenjang (IUPB), Departemen Perdagangan Indonesia dengan No. 61/PDN/IUPB/XII/2003. Yang diperbarui menjadi surat izin penjualan langsung (SIUPL) dengan nomor registrasi: 62/PDN-2/SIUPL//PP/10/2006. Produk yang berkualitas, aman dan halal dan telah teruji secara klinis dan sudah mendapatkan lisensi oleh Badan POM.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mujahidatun Nisa
NPM : 1541030036
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal,Skincare Dan Kosmetik” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan merupakan duplikasi, plagiarisme, ataupun hasil karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, Januari 2021
Penulis

Mujahidatun Nisa
NPM:1541030036

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI
PT MELIA SEHAT SEJAHTERA CABANG
BANDAR LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK
HERBAL, SKINCARE, DAN KOSMETIK**

Nama : **Mujahidatun Nisa**
Npm : **1541030036**
Jurusan : **Manajemen Dakwah (MD)**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosahkan dan Dipertahankan Dalam Sidang
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 1961040919930031002


Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag
NIP. 197209211998032002

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah


Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag
NIP. 197209211998032002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721)703289 Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA CABANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HERBAL, SKINCARE DAN KOSMETIK”** disusun oleh **Mujahidatun Nisa**, NPM: **1541030036**, Jurusan: **Manajemen Dakwah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Rabu / 07 April 2021**.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Mubasit, MM (.....)

Sekretaris : Rouf Tamim, M.pd.I (.....)

Penguji I : Dr. Hj. Rini Setiawati, M.Sos.I (.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si (.....)

Mengetahui

Dean Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP. 191604091990031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

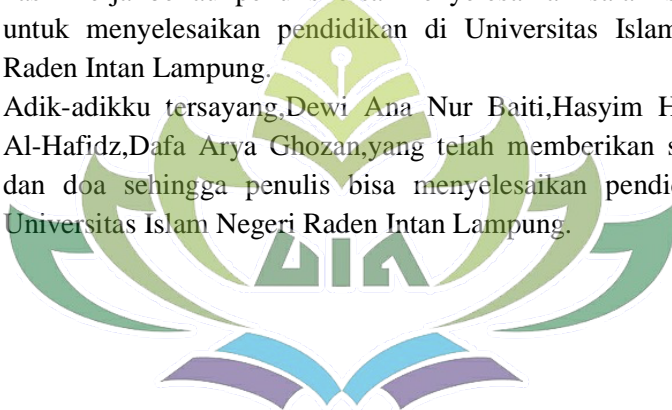
Artinya:”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian. Dan janganlah kalian membunuh diri kalian, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada kalian”.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobiil' alamin, dengan mengucap rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan sehingga penulis bisa menyelesaikan hasil skripsi, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku bapak Mujiono S.pd dan ibu Srikum Wahyu Ningsih yang telah memberikan dorongan semangat, kekuatan, materi, doa serta jasa untuk pengorbanan yang telah mendidik dan membesarkanku dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta kesabaran yang sangat besar. berkat doa dan hasil kerja beliau penulis bisa menyelesaikan salah satu Cita untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Adik-adikku tersayang, Dewi Ana Nur Baiti, Hasyim Hasbullah Al-Hafidz, Dafa Arya Ghazan, yang telah memberikan semangat dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 01 Januari 1998 di Desa Mulyorejo 1, Kecamatan Bunga Mayang, Kabupaten Kotabumi Lampung Utara yang merupakan putri pertama dari 3 bersaudara dari pasangan bapak Mujiono dan ibu Srikum Wahyu Ningsih. Berikut riwayat jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis:

1. Pendidikan dimulai dari Taman Kanak Dharma Wanita 1 Bunga Mayang, Kotabumi Lampung Utara yang selesai pada 30 juni 2003.
2. Melanjutkan Sekolah Dasar di SDN 1 Mulyorejo 1, Bunga Mayang, Kotabumi Lampung Utara, selesai pada 20 juni 2009.
3. Melanjutkan ke jenjang Madrasah Tsanawiyah Roudhotul Huda Mulyorejo 1, Bunga Mayang, Kotabumi Lampung Utara, selesai pada 2 juni 2012.
4. Melanjutkan ke jenjang Madrasah Aliyah Negeri 1 Kotabumi Lampung Utara, lulus pada 15 mei 2015.
5. Dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dan terdaftar sebagai Mahasiswa Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Raden Intan Lampung melalui jalur Seleksi Prestasi Akademik Nasional Pergeruan Tinggi Keagama Islam Negeri (SPAN-PTKIN).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa kesehatan, ilmu pengetahuan dan petunjuk sehingga skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal,Skincare Dan Kosmetik” dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa pula sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul kiamat Aamiin.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Manajemen Dakwah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini tak lupa pula dihaturkan terimakasih sebesar-besarnya secara rinci ungkapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H. Khomsahrial Romli, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung sekaligus pembimbing akademik satu yang senantiasa mengayomi mahasiswa serta membimbing hingga skripsi ini selesai.
2. Ibu Dr.Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag, selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing Skripsi penulis, yang telah membimbing kami selama proses akademik berlangsung hingga kami bisa menyelesaikan program studi Manajemen Dakwah dengan baik.
3. Kepada seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan.
4. Kepada seluruh staff Akademik dan pegawai Perpustakaan yang memberikan pelayanan yang baik dalam mendapatkan informasi sumber referensi, data dan lain-lain.

5. Kepada Tim leader dan member PT.Melia sehat sejahtera lampung,Bapak Iqbal Assegaf,Dewi Kurnia Putri,Satria Wijaya,Krisna,Eza,Dina,Citra yang telah bersedia membantu memberikan informasi-informasi tentang perusahaan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dan riset di PT,Melia Sehat Cabang Bandar Lampung.
6. Kepada sahabat-sahabat
ku,Musya,Cici,Wanseha,Citra,Risti,Dito,Anwar yang telah memberikan semangat hingga skripsi ini selesai.
7. Kepada seluruh member PT.Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung yang telah memberikan pembelajaran dan semangat untuk menjalankan bisnis dan menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Lampung.
8. Teman-teman seangkatan (Manajemen Dakwah 2015) dan khususnya teman-teman Manajemen Dakwah A yang tidak akan terlupakan, terimakasih atas semuanya dan terimakasih telah berjuang bersama-sama.
9. Almamater tercintaku Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendidiku menjadi seseorang yang lebih maju.

Akhir kata jika penulis terdapat kesalahan dan kelalaian dalam penulisan Skripsi ini penulis mohon maaf dan kepada Allah mohon ampun, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi sumbangan yang cukup berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu Manajemen Dakwah.

Bandar Lampung,Desember 2020

Mujahidatun Nisa
NPM:1541030036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
F. Metode Penelitian.....	7

BAB II STRATEGI PEMASARAN, PANDANGAN ISLAM TERHADAP JUAL BELI DAN MLM

A. Pengertian Strategi Pemasaran	15
1. Pengertian Strategi	15
2. Pengertian Pemasaran	16
3. Pengertian Strategi Pemasaran	17
4. Konsep Pemasaran	18
5. Ruang lingkup Strategi Pemasaran	20
6. Bauran Pemasaran	22
7. Penjualan Produk	30
B. Hukum islam jual beli	38
1. Pengertian akad	38
2. Pengertian ijaarah	40

3.	Landasan hukum ijaarah	43
4.	Rukun dan syarat ijaarah	44
5.	Macam-macam ijaarah	47
C.	Multi level marketing (MLM)	48
1.	Pengertian Multi level marketing (MLM)	48
2.	Jenis-jenis sistem multi level marketing (MLM).....	52
3.	Sistem kerja multi level marketing (MLM).....	54
4.	Multi level marketing dalam islam.....	56
D.	Tinjauan Pustaka	63

BAB III GAMBARAN UMUM PT MELIA SEHAT SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HERBAL, SKINCARE, KOSMETIK

A.	Sejarah Berdirinya PT Melia Sehat Sejahtera.....	65
B.	Visi,Misi PT Melia Sehat Sejahtera.....	67
C.	Profil PT Melia Sehat Sejahtera	68
D.	Produk PT Melia Sehat Sejahtera	68
E.	Marketing PT Melia sehat sejahtera	73
F.	Pendapatam member PT. Melia Sehat Sejahtera	77

BAB IV PEMASARAN DI PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA BANDAR LAMPUNG

A.	Pemasaran Di PT Melia Sehat Sejahtera Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal,Skin Care Dan Kosmetik.....	81
----	--	----

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	87
B.	Saran	88

**DAFTAR PUSAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Riset

Lampiran 2. Surat Izin Balasan Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Lampiran 3. Surat balasan PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA

Lampiran 4. SK Judul

Lampiran 5. Kartu Kendali Konsultasi

Lampiran 6. Pedoman Wawancara

Lampiran 7. Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal agar mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini. Maka perlu adanya uraian atas penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dalam skripsi ini, adapun judul yang penulis ambil yaitu “Penerapan Strategi Pemasaran Di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal, Skincare Dan Kosmetik”. Penerapan adalah suatu cara untuk membimbing atau mendidik dalam hal mempraktekan suatu ilmu yang sesuai dengan ilmunya.¹

Stephane K. Marrus, mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.² Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukakan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa.³

PT. Melia Sehat Indonesia adalah sebuah perusahaan *network marketing* yang menjual produk herbal kesehatan dan kecantikan dengan *system bynery* dan legalitas terjamin karena memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dari Dirjen Perdagangan Dalam Negeri – Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Produk adalah barang atau jasa, yang di tawarkan pada konsumen agar di perhatikan, dan di beli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pengguna adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk herbal, skin care dan

¹Hasan Salidy, Ensiklopedi Indonesia, (Jakarta: Pn Balai Pustaka, 1974), H.3508.

²Rachmat, Manajemen Strategi, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), H.38

³Freddy Rangkuti, Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), H.57.

kosmetik adalah merupakan program yang di desain khusus PT. Melia Sehat Sejahtera untuk keluarga Indonesia dimana cukup untuk memberikan manfaat kesehatan dan kecantikan bagi seluruh anggota keluarga dengan pilihan plan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan.

PT.Melia Sehat Sejahtera menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) yang mengandung unsur-unsur positif ,asalkan diisi oleh nilai-nilai islam dan sistemnya disesuaikan dengan syari'ah islam. Sistem bisnis multi level marketing harus terpenuhi sesuai dengan ketentuan Fatwa Majelis indonesia (MUI) dalam selaku dasar pedoman bagi umat islam,guna mengetahui suatu hukum-hukum yang baru akibat terjadinya perkembangan pola fikir manusia yang berkembang,dengan demikian umat islam akan terpelihara dari perbuatan yang melanggar aturan syari'at.

Jadi dari beberapa definisi diatas, peneliti akan membahas tentang bagaimana penerapan strategi pemasaran di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal, Skin Care dan Kosmetik yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dalam penjualan pemasaran produk di PT.Melia sehat sejahtera.

B. Alasan Memilih Judul

Alasan memilih judul sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran sangat berperan penting untuk menjaga pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.oleh karena itu,strategi pemasaran sangatlah diperlukan agar usaha yang perusahaan jalankan dapat bertahan dan bersaing memperebutkan hati konsumen.
2. Terkait dengan penjualan produk Herbal, Skin Care dan Kosmetik strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Melia Sehat Sejahtera menggunakan strategi pemasaran langsung

dengan cara mendatangi calon Member atau konsumen baik secara individu ke individu maupun individu ke kelompok.

C. Latar belakang

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meniggikan keuntungan atau laba perusahaan. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengimbangkan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Menurut William J. Staton pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.⁴

Melia Sehat Sejahtera merupakan bidang bisnis menggunakan sistem pemasaran jaringan atau *binary networking* yang cukup menarik perhatian besar dikalangan masyarakat indonesia. Sebagai bisnis jaringan alternatif, melia sehat sejahtera boleh dikatakan relatif baru dibandingkan dengan bidang bisnis konvensional.

Bisnis Multi Level Marketing seringkali dikaitkan sebagai sebuah cara pintas untuk mendapatkan kekayaan secara cepat dan mudah. Pandangan seperti ini muncul, mungkin salah satunya akibat dari beberapa penawaran usaha-usaha yang menghubungkan bisnis tersebut dengan cara cepat dan mudah untuk mendapatkan kekayaan.akhirnya orang yang beranggapan bahwasanya hal tersebut adalah suatu kebenaran.sebenarnya

⁴ Danang Suyanto, Perilaku Konsumen Dan Pemasaran, (Yogyakarta: C A P S:2015),h.192.

sistem ini bukanlah cara cepat yang bisa mendapatkan uang dengan cepat dan mudah. Melainkan sebuah metode alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi.

Multi Level Marketing adalah salah satu cabang dari direct selling (penjualan langsung) yang bermakna sebagai metode penjualan barang dan atau jasa tertentu kepada konsumen, menggunakan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha. Bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar.⁵

Bisnis Multi Level Marketing pada umumnya mempunyai landasan operasional dengan memanfaatkan jaringan seperti *Network Marketing* yang di mana pada proses pelaksanaannya menggunakan sistem duplikasi jaringan yang mana selalu ada kelipatan dalam jaringan tersebut. Dalam kelipatan ini bisa kita gambarkan. Satu orang mengajak dua orang lain untuk bergabung, dua orang yang sudah bergabung tersebut mengajak dua orang lain yang berbeda untuk bergabung dan seterusnya, sampai perekonomian jaringan berkembang pesat. Oleh karena itu *Network Marketing* dalam sistem ini untuk orang-orang biasa yang ingin mendapatkan hasil yang luar biasa, dengan jalan yang sudah terbukti penghasilannya.

Persepsi manusia saat ini sering menciptakan ide-ide baru sehingga mempengaruhi dari segala aspek, termasuk perkembangan bisnis dunia maupun di Indonesia yang berkembang amat sangat pesat, sehingga mempengaruhi perekonomian di berbagai kalangan. Kemudian lahirlah tentang sebuah bisnis yaitu MLM (Multi Level Marketing) yang akhir-akhir ini kerap digandrungi oleh berbagai kalangan profesi.

Multi Level Marketing adalah sebuah sistem pemasaran yang berpegang erat pada jaringan karena jaringan ini lah yang menjadi kunci dasar dari sistem. Jaringan adalah suatu cara untuk

⁵ Kuswara, Mengenal MLM Syariah (Depok: Qultummedia, 2005), h. 16

menghubungkan antara manusia dengan manusia lainnya yang di mana pada jaringan ini saling menguntungkan satu sama lain untuk menjalin silaturahmi, seperti yang telah dijelaskan dalam Al- Quran dan al-Hadist yang berbunyi:

فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ وَتُقَطِّعُوا

أَرْحَامِكُمْ ﴿٢٢﴾

“Maka apakah kiranya jika kamu berkuasa kamu akan membuat kerusakan di muka bumi dan memutuskan hubungan kekeluargaan” (QS. Muhammad 22).

Majelis Ulama Indonesia mempunyai upaya membimbing umatnya agar terhindar dari harta-harta yang haram, perbuatan-perbuatan yang akan menjerumuskannya pada kebatilan, untuk mengetahui sebuah ketentuan hukum yang berkaitan tentang bisnis Multi Level Marketing hendaklah berpegang teguh kepada produk MUI yaitu Penjualan Langsung Berjenjang Syari’ah (PLBS) yang mana telah dinyatakan dalam sebuah ketentuan fatwa MUI NO:75/DSN MUI/VII 2009 ini memiliki cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha kepada sejumlah perseorangan atau badan usaha secara berturut-turut. Penjualan yang dimaksud adalah penjualan yang berbasis syari’ah tidak mengandung kegiatan Money game.

Melia Sehat Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang sistem kerjanya dalam bidang produk, hadir di tengah-tengah masyarakat yang sebagian besar masih kurang paham tentang melia sehat sejahtera dan sistem kerja. Hal ini menyebabkan masyarakat masih enggan untuk bergerak dalam bisnis jaringan atau *binary networking*, meski tujuannya mampu menjaga kesehatan masyarakat dari serangan berbagai penyakit serta mampu membantu penyembuhan terutama pada penyakit

yang diakibatkan oleh virus, bakteri dan jamur, juga mampu meningkatkan kekebalan tubuh, meningkatkan sistem metabolisme tubuh, stamina, mental dan fisik, serta mampu menunda penuaan yang disediakan dalam produk-produk melia sehat sejahtera.

PT Melia Sehat Sejahtera mempunyai sejumlah produk yaitu obat herbal (propolis dan melia biyang),skincare (melia SC Cleanser,melia platinum serum,melia anti-aging+whitening cream),kosmetik (melia lip cream nude,melia lip cream blush,melia lip cream red,melia lip cream rosewood,melia lip gel magic,melia premium day cream,melia premium night cream,melia two way cake light,melia two way cake natural). produk ini merupakan ciri khas dari perusahaan tersebut yang di design khusus untuk konsumen dengan kontribusi terjangkau.

PT. Melia Sehat Sejahtera Dalam mempromosikan produk menggunakan strategi pemasaran langsung. Artinya member PT.Melia Sehat Sejahtera langsung mendatangi calon member untuk menjelaskan profil perusahaan,produk, marketing plan, serta keterbukaan dalam sistem kerja. Biasanya Pemasarannya ada yang perorangan ada juga yang langsung secara kelompok.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul”Penerapan Strategi Pemasaran Di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal,Skincare Dan Kosmetik” diharapkan dengan memahami bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera ini dapat meningkatkan pemasaran penjualan produk herbal,skin care dan kosmetik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah pemasaran di

PT Melia Sehat Sejahtera dalam meningkatkan penjualan produk herbal,skincare dan kosmetik??".

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Melia Sehat Sejahtera dalam meningkatkan penjualan produk herbal,skin care dan kosmetik.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan Manfaat dari penelitian ini adalah :

a) Akademis

Diharapkan dapat memberikan Kontribusi dalam Pengembangan tentang strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan.

b) Praktis

Dapat memahami strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat di amati oleh indera manusia. Sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah ter tentu yang

bersifat logis⁶.Maka metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data yang benar dengan tujuan dapat ditentukan, dibuktikan, dikembangkan serta digunakan untuk memahami, memecahkan masalah yang diteliti.

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan⁷. Penelitian dilapangan dimaksud untuk menghimpun data lapangan, adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah untuk mempelajari dan memahami hukum islam tentang *sistem multi level marketing* dan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung, latar belakaang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, Lembaga atau masyarakat.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau secara sistematis fakta-fakta dan karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara faktual dan cermat. Data yang dikumpulkan berupa gambaran, dan angka-angka.⁸

Dalam hal ini peneliti akan mendeskripsikan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk herbal,skin care dan kosmetik di PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang peneliti teliti.

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung : Afabeta, 1999), h.1.

⁷ Suharsimi Arikunto, Dasar-dasar Research, (Bandung : Tarsito) 1995, h.58

⁸ Ibid. Susiadi, h. 6.

3. Data dan Sumber Data.

a. Data

1) Data Primer

Data ini dapat diperoleh dari sumber asli atau pertama. Di sini akan mengambil data langsung dari sumber aslinya yaitu dari beberapa member yang ada pada saat PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung hadir di Bandar Lampung dan masing-masing dari ketua pemimpin Basecamp yang ada.

2) Data sekunder

Data yang sudah tersedia sehingga hanya mencari dan mengumpulkannya. Di sini akan mengambil data langsung dari sumber aslinya, melalui nara sumber yang tepat dan dapat dijadikan responden dalam penelitian.

b. Sumber data

Sumber data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁹

Adapun sumber data primer yang diperoleh dari pelaku praktik pemasaran bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung dalam meningkatkan penjualan produk herbal, skin care dan kosmetik. Sumber data sekunder yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung dari sumber utama penelitian. Adapun sumber yang relevan antara lain: buku-buku yang terkait dengan Multi Level Marketing, Jurnal, al-Qur'an, dan al-Hadist yang berkaitan.

⁹ Saifudin Azhar, Metode Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h.

4. Teknik *Sampling*

Sampling adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi yang dijadikan sampel terdiri dari 300 (tiga ratus) member dari PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung, dengan mengambil *sampling* 10% dari jumlah member sehingga kurang lebih sebanyak 30 member. Dalam penetapan jumlah sampel peneliti menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dalam menetapkan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa orang-orang yang akan dimintai keterangan adalah yang paham betul tentang praktik pemasaran bisnis *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera teknik *sampling* digunakan sebagai upaya membatasi jumlah populasi yang ada pada jenis sumber data yang akan digunakan dalam waktu penelitian. Selanjutnya, mengingat bahwa hanya 10 orang yang paham betul tentang pemasaran praktik *Multi Level Marketing*, maka yang dijadikan objek penelitian sebanyak 10 orang, sehingga merupakan penelitian *sampling*.

5. Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data adalah suatu pekerjaan penting dan sangat menentukan dalam suatu penelitian. Sebuah penelitian dapat dikatakan berhasil apabila data dapat dikumpulkan. Sebaliknya, jika data tidak bisa di dapatkan atau tidak dapat dikumpulkan, maka sebuah penelitian dipandang tidak berhasil.¹⁰

a) Metode Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat diketahui makna dalam satu topik tertentu.¹¹ Secara teknis, wawancara dilakukan terlebih dahulu mempersiapkan bahan-bahan atau pedoman

¹⁰ Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h.79

¹¹ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2008), h.410

sebagai pegangan pokok peneliti. Bahan atau pedoman tersebut disusun dalam bentuk pertanyaan pertanyaan yang meskipun dalam pelaksanaannya daftar pertanyaan itu masih sangat mungkin untuk berubah atau bahkan berkembang.¹² Kegiatan ini merupakan proses tanya jawab secara lisan dari dua orang atau lebih yang saling berhadapan secara fisik (langsung). Oleh karena itu kualitas hasil wawancara ditentukan oleh pewawancara, responden, pertanyaan dan situasi wawancara.¹³ Metode ini digunakan untuk mendapatkan data-data terkait Strategi Pemasaran di PT. Melia Sehat Sejahtera dalam upaya meningkatkan penjualan Produk pada perusahaan tersebut.

b) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain yaitu wawancara kuisioner. Observasi Berperan serta (Participant Observation) adalah peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data peneliti.¹⁴

Observasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari obyek penelitian, tidak hanya terbatas pada pengamatan saja melainkan juga pencatatan dilakukan guna memperoleh data yang kongkrit dan jelas. Adapun yang menjadi obyek observasi dalam penelitian ini diantaranya praktik pemasaran tentang sistem bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung

¹² Asef Saeful Muhtadi, Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2003), h. 162

¹³ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset*, (Bandung : Maju Mundur, 1996), h.32

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 204.

dalam meningkatkan penjualan produk herbal skin care dan kosmetik.

c) Metode Dokumentasi

Studi dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan penelitian, menerangkan dan mencatat serta menafsirkannya dan menghubungkannya dengan fenomena lain.¹⁵ Dalam Hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagai pendukung dari data wawancara dan observasi.

d) Analisis Data

Analisa data adalah analisis terhadap data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui perangkat metodologi tertentu.¹⁶ Metode analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian, yaitu terhadap pemasaran tentang penerapan strategi pemasaran di PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung dalam meningkatkan penjualan produk herbal,skin care dan kosmetik. Tujuannya agar dapat menganalisa data hasil penelitian dengan menggunakan strategi pemasaran dan penjualan produk untuk memperoleh kesimpulan. Sedangkan yang berkaitan dengan analisa data ini akan menggunakan metode analisa kualitatif dengan menggunakan cara berfikir induktif.

Cara berfikir induktif yaitu pola yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkrit, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang kongkrit itu ditarik generalisasi-generalisari yang mempunyai sifat umum.¹⁷ Metode induktif ini digunakan

¹⁵ Ibid, h. 77.

¹⁶ Burhan Bungin, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 2018), h. 196s.

¹⁷ Ibid, Sugiono, h. 122

dalam mengolah data hasil penelitian lapangan yaitu dengan mengambil kesimpulan terhadap pendapat perorangan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan sebuah penelitian dan memaparkan dalam bentuk tulisan mula dari bab I, II, III, IV, maka dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, Melia Sehat Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang sistem kerjanya dalam bidang produk. adapun produknya merupakan obat herbal (propolis dan melia biyang), skincare (melia SC Cleanser, melia platinum serum, melia anti-aging+whitening cream), kosmetik (melia lip cream nude, melia lip cream blush, melia lip cream red, melia lip cream rosewood, melia lip gel magic, melia premium day cream, melia premium night cream, melia two way cake light, melia two way cake natural). *marketing plan* PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan yang legalitasnya sangat lengkap dan sesuai dengan ketentuan yang telah di buat oleh pemerintahan Republik Indonesia salah satunya adalah Izin Usaha Penjualan Berjangjang (IUPB), Depertemen Perdagangan Indonesia dengan No. 61/PDN/IUPB/XII/2003. yang diperbahai menjadi Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dengan nomor registerasi: 62/PDN-2/SIUPL/PP/10/2006. Produk yang berkualitas, aman dan halal dan telah teruji secara klinis dan sudah mendapatkan lisensi oleh Badan POM, sistem pembagian hasilnya jelas dan transparan dan terbuka untuk umum, seluruh member diberi fasilitas yang cukup untuk mendapatkan bonus-bonus yang telah di sediakan oleh pihak perusahaan. Grup leader berperan penting dalam perkembangan dan pertumbuhan jaringan karena harus mengayomi dan memberi pemahaman-pemahaman mendasar tentang basic sistem Multi level Marketing.

Kedua PT. Melia Sehat Sejahtera Dalam mempromosikan produk menggunakan strategi pemasaran langsung. Artinya member PT.Melia Sehat Sejahtera langsung

mendatangi calon member untuk menjelaskan profil perusahaan, produk, marketing plan, serta keterbukaan dalam sistem kerja. Biasanya Pemasarannya ada yang perorangan ada juga yang langsung secara kelompok. PT. Melia Sehat Sejahtera Praktiknya menggunakan akad ijarah yang telah dibuat Akad ijarah merujuk kepada substansi fatwa No.9/DSNMUI/IV/2000 tentang akad ijarah. Maka para ummat muslim hendaklah melaksanakan apa yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Jadi marketing plan yang terjadi pada PT. Melia Sehat Sejahtera ialah diperbolehkan sebab praktik yang terjadi di lapangan sudahlah sangat cukup dengan apa-apa yang telah ditentukan oleh pemerintahan Republik Indonesia dan fatwa Majelis Ulama Indonesia. Kantor Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung Bertempat Di Jln. Sisingabmangrajo No.20 Kelapa Tiga, Tanjung Karang Pusat.

B. Saran

1. Untuk para leader dan member PT. Melia sehat sejahtera tetap pertahankan membantu kehidupan masyarakat indonesia jauh lebih baik.
2. PT. Melia sehat sejahtera tetap menjaga image multi lenel marketing yang benar dan selalu berpihak kepada member.
3. Leader dan member untuk meningkatkan promosi kesehatan keseluruhan masyarakat indonesia, agar masyarakat indonesia yang tidak mampu berobat bisa beralih produk kesehatan dari PT. Melia Sehat sejahtera yaitu propolis dan melia biyang.
4. PT. Melia sehat sejahtera menindak tegas apabila ada oknum-oknum memebr yang tidak bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asqalani Ibnu Hajar, *Terjemahan Bulughul Maram*, PT.Gitamedia Press, Surabaya, 2006.
- al-Jaziry Abdurrahman, *al-Fiqh ala Madzahib al-'Arba'ah*, Juz 3, Kairo, Dar al-Hadits, 2004.
- Al-Munawar Said Agil Husin, *Hukum Islam dan Pluralitas Sosial*, Jakarta; Penamadani.
- Arikunto Suharsimi, *Dasar-dasar Research*, Bandung : Tarsito.1995.
- Armstrong, Philip Kotler, *Marketing Management*, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, 2007.
- Azhar Saifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Buku Panduan, *Perusahaan dan Kode Etik Distributor*, Jakarta: PT. Melia Sehat Sejahtera, 2012.
- Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 2018.
- Douglas W. Foster, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1981.
- Firmansyah M.Anang, *pemasaran: Dasar dan Konsep*, Qiara Media, 2019. Grafindo Persada, 2000.
- Hasan M.Ali, *berbagai macam transaksi dalam islam (fiqh muamalat)*, Jakarta: PT rajagrafindo persada.

Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung ,Alfabeta, 2015.

Kamsir, *kewirausahaan*, Jakarta: PT. Rajagra fino Persada, 2011.

Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, Depok: Qultummedia, 2005.

Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002.

Muhtadi Asef Saeful dan Safei Agus Ahmad, *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung, Pustaka Setia, 2003.

Nistains Van, *Multi Level Marketing Plus*, Yogyakarta, Cv. Andi Offset, 2005.

Qalyubi Syaikh, *Qalyubi wal- amirah*, Juz, III, Semarang, Syirkah Nur Asia.

Rangkuti Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Rivai Veithzal, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

S.Ruky Ahmad, *Manajemen Pengajian dan Pengupahan Karyawan Perusahaan*, Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Sabiq Sayyid, *Fiqih Sunnah*, terj, Bandung, Kalam Mulia, 1991.

Sanjaya Suslina, *Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Asuransi Takaful Keluarga*, Bandar Lampung: Fakultas Dakwah, 2009.

Shihab Quraish, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, PT.Lentera Hati, Jakarta, 2002.

Soemarso Sr, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990.

Sudarsono Heri, *bank lembaga keuangan syari'ah deskripsi dan ilustrasi*, ekonisia, yogyakarta, 2003.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Afabeta, 1999.

Sukirno Sadono, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Edisi II, Cet. 13, Jakarta, PT. Raja

Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Prktis, Kiat Dan Protes Menuju Sukses*, Jakarta: Edisi 3, selemba empat, 2006.

Suyanto Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: C A P S, 2015.

Syarief Baqir, Qorashi, *Keringat Buruh, Hak dan Peran Pekerja dalam Islam*, terj, Jakarta, PT.A-Huda, 2007.

Tarmiz Erwandi, *Harta Haram Muamalah Kontemporer*, Bogor: PT. Berkat Mulia Insani.

Umar Husein, *Strategi Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Wardi Muslich Ahmad, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2015.

Wilson Rodney, *Bisnis Menurut Islam*, Teori dan Prektek, Jakarta: Intermasa, 1988.

Website: www.meliasehatsejahtera.com.

Instagram: [meliasehat.official](https://www.instagram.com/meliasehat.official)

Wawancara:

1. Dewi Kurnia Putri (senior leader lampung)
2. Bapak Satria Waijaya (Leader lampung)
3. Bapak Krisna (Senior Leader Lampung)
4. Sodari Dina (Member Lampung)
5. Sodari Eza (Member Lampung)
6. Sodari Citra (Member Lampung)

