

**JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK
HERBAL LEAFHEA DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Oleh



JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG 2022

**JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK
HERBAL LEAFHEA DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

**Tugas Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Universitas Andalas

Oleh

ANGGI AFRILIZA PUTRI

BP. 1810812030

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2022**

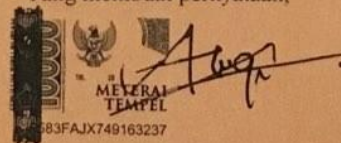
PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Andalas maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah karya saya sendiri, kecuali bantuan dan arahan dari pihak-pihak yang disebutkan dalam Kata Pengantar.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Padang, 6 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



The image shows an official stamp of Universitas Andalas, featuring the university's logo and the text 'UNIVERSITAS ANDALAS' and 'MEYERAI TEMPEL'. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Anggi Afriliza Putri

BP. 1810812030

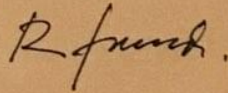
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : **Anggi Afriliza Putri**
Nomor Induk Pokok : 1810812030
Judul Skripsi : Jaringan Sosial Aktor Produk Herbal Leafhea
di Kota Bukittinggi

Naskah skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi dan selanjutnya diperkenankan diajukan ke Sidang Ujian Skripsi.

Pembimbing I

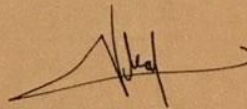
Tgl:



Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si
NIP. 196605161999031001

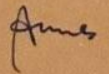
Pembimbing II

Tgl:



Dra. Nini Anggraini, M.Pd
NIP. 196501291994032001

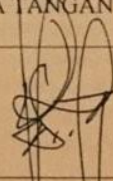
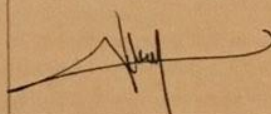
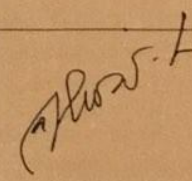
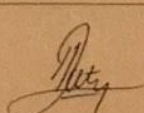
Mengetahui,
Ketua Departemen



Dr. Maihasni, M.Si
NIP. 196801201994032003

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji di depan Sidang Ujian Skripsi Jurusan Sosiologi pada tanggal 18 Agustus 2022, bertempat di Ruang Sidang Jurusan Sosiologi, dengan Tim Penguji :

TIM PENGUJI	STATUS	TANDA TANGAN
Drs. Ardi Abbas, MT	Ketua	
Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si	Sekretaris	R. Eka Putra
Dra. Nini Anggraini, M.Pd	Sekretaris	
Prof. Dr. Damsar, MA	Anggota	
Mira Elfina, M.Si	Anggota	
Aziwanti, SH, M. Hum	Anggota	

ABSTRAK

Anggi Afriliza Putri, 1810812030. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang. Judul Skripsi: Jaringan Sosial Aktor Produk Herbal Leafhea Di Kota Bukittinggi. Pembimbing Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si dan Dra. Nini Anggraini, M.Pd.

Leafhea merupakan salah satu produk herbal yang menggunakan metode pemasaran MLM dengan merek dagang yang masih dalam tahap berkembang karena perusahaan yang baru berdiri pada tahun 2020. Leafhea memiliki banyak stokist yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu di Kota Bukittinggi. Dalam usaha marketing MLM Leafhea, dibutuhkan mekanisme yang melibatkan banyak orang dengan tujuan untuk memperluas jaringan bisnis. Dengan semakin luasnya jaringan yang mereka bentuk maka akan semakin menambah keuntungan bagi marketing mereka. sistem jaringan bisnis dalam Leafhea sangat mengandalkan adanya hubungan sosial antara masyarakat konsumsi dan komunitas *member* MLM Leafhea. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bentuk jaringan sosial antar Aktor produk herbal Leafhea di Kota Bukittinggi dan mengetahui bentuk pemanfaatan teknologi oleh aktor dalam menjalankan bisnis Leafhea.

Penelitian ini menggunakan teori jaringan yang dikemukakan oleh Mark Granovetter dalam menjelaskan bentuk hubungan di dalam jaringan antar aktor dan menjelaskan bentuk keterlekatan antar aktor serta bagaimana bentuk pemanfaatan teknologi oleh para aktor dalam menjalankan bisnis herbal leafhea. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe pendekatan deskriptif. Pemilihan informan dengan cara *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam dan observasi.

Temuan penelitian ini antara lain, yaitu aktor pelaku jaringan sosial Leafhea Bukittinggi adalah Leafhea pusat, distributor, reseller, dan konsumen. Selanjutnya adalah ditemukan informasi mengenai waktu, tempat, dan jumlah transaksi yang dilakukan oleh aktor Leafhea Bukittinggi. Terakhir, jaringan sosial yang sudah terbentuk adalah berupa hubungan kesamaan wilayah tempat tinggal, hubungan rekan kerja, hubungan kekeluargaan. Adapun hubungan dalam konsep keterlekatan di antara aktor adalah berupa keterlekatan struktural dan keterlekatan relasional.

Kata Kunci : Jaringan Sosial, Multi Level Marketing, Herbal Leafhea

ABSTRACT

Anggi Afriliza Putri, 1810812030. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang. Thesis Title: Leafhea Herbal Product Actor Social Network in Bukittinggi City. Supervisor Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si and Dra. Nini Anggraini, M.Pd.

Leafhea is one of the herbal products that uses the MLM marketing method with a trademark that is still in the developing stage because the company was just founded in 2020. Leafhea has many stockists spread throughout Indonesia, one of which is in the City of Bukittinggi. In Leafhea's MLM marketing efforts, a mechanism that involves many people is needed with the aim of expanding the business network. The wider the network they form, the more profit they will make for their marketing. The business network system in Leafhea relies heavily on the existence of social relations between the consumption community and the Leafhea MLM member community. The purpose of this study was to determine the form of social social network between Leafhea herbal product actors in Bukittinggi City and to determine the form of technology utilization by actors in running Leafhea business.

This study uses the network theory proposed by Mark Granovetter in explaining the form of relationships in the network between actors and explaining the form of attachment between actors. This study uses a qualitative research method with a descriptive type of approach. Selection of informants by means of purposive sampling and data collection techniques by means of in-depth interviews and observation.

The findings of this study, among others, that the actors of the Leafhea Bukittinggi social network are Leafhea centers, distributors, resellers, and consumers. Next is information about the time, place, and number of transactions made by the actor Leafhea Bukittinggi. Finally, the social networks that have been formed are in the form of relationships in the same area of residence, relationships with coworkers, and family relationships. The relationship in the concept of attachment between actors is in the form of structural attachment and relational attachment.

Keywords: Social Network, Multi Level Marketing, Herbal Leafhea

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji beserta syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Jaringan Sosial Aktor Produk Herbal Leafhea Di Kota Bukittinggi”**. Shalawat beserta salam selalu dihadiahkan kepada Rasulullah kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kita bekal untuk menjalankan kehidupan ini sebagai umat nya yang baik. Semoga *syafaat* Rasulullah SAW dapat kita raih di akhirat nanti, *Aamiin ya Rabbal A'lamin.*

Dalam proses dan pencapaian yang penulis alami, tidaklah lepas dari ujian dan kesulitan. Namun berkat doa dan pertolongan yang diberikan oleh orang-orang yang berjasa dalam kehidupan penulis, serta tentunya kemudahan yang diberikan Allah SWT, akhirnya penulis dapat menghadapi dan menyelesaikan tugas ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin berterimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Nini Anggraini, M.Pd sebagai pembimbing II sekaligus dosen PA. Terimakasih atas bimbingan yang diberikan, kritikan, arahan, petunjuk ide-ide, motivasi dan semangat, serta bantuan moral serta kesabaran bapak dan ibu dalam menghadapi persoalan penulis dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih pula atas jasa ibu sebagai dosen PA penulis selama perkuliahan.

2. Bapak dan Ibu Penguji (Bapak Drs. Ardi Abbas, MT, Ibu Dra. Mira Elfina, M.Si, Ibu Aziwanti SH. M.Hum dan Bapak Prof. Dr. Damsar, MA) yang telah memberikan berbagai macam kritik dan saran yang berarti untuk perbaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen sosiologi dan tenaga pendidikan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat selama perkuliahan penulis di Jurusan Sosiologi Universitas Andalas.
4. Pimpinan Jurusan Sosiologi Ibu Dr. Maihasni, M.Si dan Sekretaris Jurusan Ibu Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si.
5. Para informan yang telah meluangkan waktunya dan mengizinkan penulis untuk menuliskan kisahnya dalam penelitian ini.
6. Teristimewa untuk Ayah Alm. Amrizal dan Ibu Dasmawati yang sangat penulis cintai, orang tua yang hebat yang selalu memberikan do'a, semangat dan juga kasih sayang kepada penulis dalam bentuk lahir dan batin. Tanpa kehadiran ayah dan ibu penulis tidak akan sampai kepada titik ini, semua bentuk ujian dan kesulitan tidak menghentikan ayah dan ibu untuk memberikan penulis kehidupan yang baik. Semoga penulis dapat memberikan kehidupan yang baik di masa depan untuk keluarga. Untuk adik-adikku Anggun Febriza, Nabila Putri Zaida, dan Gilang Zalika Putra terimakasih sudah menjadi saudara sekaligus teman penulis yang selalu ada disaat suka dan duka. Semoga kita bisa sukses dunia dan akhirat bersama, aamiin.
7. Saudara-saudara dan keluarga ku yang baik yaitu Kak Inil, Ibu Eviwarti, baik dari pihak ayah dan ibu, serta Pak Etek Jon dan keluarga besar yang selalu

memberikan pengalaman berharga serta dukungan baik moral maupun material untuk penulis.

8. Teman-teman Aing Maung Ica, Rere, Cabo, Fira, dan Dita yang telah berjuang bersama dalam suka duka dan menemani penulis selama perkuliahan. *My best combo*, Niken dan Eji, terimakasih banyak atas tumpangan kost nya disaat penulis sibuk bolak balik Padang-Bukittinggi selama semester akhir ini. Rahma, terimakasih sudah menemani dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Sahabat Area Juliet Update; Mutiara, Dina, Eji dan Niken yang telah menjadi pendorong penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu agar nanti kita bisa *meet up* lagi. Sahabat sekaligus kakak ku Anisa Aulia yang menjadi partner penulis saat di rumah dari kecil hingga saat ini.
10. Teman-teman Cyber 18 yang menjalani perkuliahan selama 4 tahun, terimakasih atas pengalaman berharganya, semoga kita semua menjadi manusia yang bermanfaat bagi banyak orang.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, terimakasih atas keterlibatannya secara langsung maupun tidak, semoga kita selalu diberikan kesehatan dan keberkahan hidup.

Kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis. Semoga segala bantuan dan bimbingan serta petunjuk yang telah diberikan menjadi ibadah dan kita semua mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dalam mengembangkan ilmu sosiologi. Penulis sepenuhnya menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari segi teknis, maupun materinya. Untuk

itu dengan segala kerendahan hati dan senang hati penulis membuka diri untuk menerima segala bentuk saran dan kritikan yang bersifat membangun. Karena disetiap batasan selalu tersimpan harapan. Untuk segalanya penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya.

Wassalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Padang, 23 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Konsep Aktor Ekonomi	7
1.5.2 Konsep Multi Level Marketing (MLM)	9
1.5.3 Konsep Produk Herbal.....	11
1.5.4 Tinjauan Sosiologis.....	12
1.5.5 Penelitian Relevan	17
1.6 Metode Penelitian.....	19
1.6.1 Pendekatan Penelitian dan Tipe Penelitian	19
1.6.2 Informan Penelitian.....	20
1.6.3. Data Yang Diambil	24
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.6.5 Unit Analisis	27
1.6.6 Analisis Data.....	27
1.6.7 Lokasi Penelitian.....	28
1.6.8 Definisi Operasional Konsep.....	28
1.6.9 Jadwal Penelitian	30

BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

2.1 Kondisi Geografis Kota Bukittinggi.....	31
2.2 Kondisi Demografis Kota Bukittinggi	32
2.3 Sejarah dan Perkembangan PT. Leafhea International Network.....	34
2.3.1 Sekilas Perkembangan Bisnis Leafhea di Kota Bukittinggi	36
2.3.2 Bonus atau Tambahan Pendapatan	37

BAB III JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK HERBAL LEAFHEA DI KOTA BUKITTINGGI

3.1 Aktor Pelaku Jaringan Sosial Leafhea.....	40
3.1.1 Leafhea Pusat dengan Distributor.....	41
3.1.2 Distributor dengan Reseller.....	43
3.1.3 Reseller Dengan Konsumen.....	44
3.2 Jaringan Sosial Antar Aktor Khususnya Waktu, Tempat dan Jumlah Transaksi	46
3.2.1 Waktu transaksi.....	46
3.2.2 Tempat Transaksi.....	48
3.2.3 Jumlah Transaksi	50
3.3 Jaringan Sosial Yang Sudah Terbentuk di antara Aktor	52
3.3.1 Hubungan Kesamaan Wilayah Tempat Tinggal.....	52
3.3.2 Hubungan Rekan Kerja.....	55
3.3.3 Hubungan Kekeluargaan.....	56
3.3.4 Hubungan Aktor Dalam Konsep Keterlekatan Struktural	57
3.3.5 Hubungan Aktor Dalam Konsep Keterlekatan Relasional	59

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan.....	62
4.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Distributor Leafhea Bukittinggi	3
Tabel 1. 2 Reseller Leafhea Bukittinggi	4
Tabel 1. 3 Data Informan Penelitian	21
Tabel 1. 4 Rancangan Jadwal Penelitian.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Produk Herbal Leafhea.....	35
Gambar 2. 2 Marketing Plan Leafhea	37



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan manusia lain melalui proses interaksi sosial. Proses interaksi berjalan apabila dalam suatu hubungan terdapat dua individu atau lebih yang melakukan kontak, dimana setiap kelakuan individu akan mempengaruhi, mengubah dan memperbaiki kelakuan individu lain atau sebaliknya. Sehingga interaksi tersebut akan memunculkan hubungan kerjasama yang baik diantara para pelaku interaksi sosial (Ningrum dan Muhammad Yani, 2013:498).

Interaksi sosial sangat diperlukan bagi masyarakat untuk menjalani kehidupannya, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Untuk memenuhi kebutuhan harian seperti sandang, pangan dan papan, dibutuhkan sistem interaksi jual beli. Salah satu interaksi jual beli yang diterapkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ialah dengan berdagang atau menjalankan suatu usaha. Dengan berdagang tidak hanya dapat memenuhi kebutuhannya sendiri karena menghasilkan uang namun juga bisa melengkapi kebutuhan anggota masyarakat lainnya. Dengan adanya fasilitas yang disediakan menjadikan masyarakat pedagang membentuk suatu komunitas yang mempunyai visi dan misi yang sama dalam memenuhi kebutuhan *brand*, salah satunya adalah *Multi Level Marketing* (MLM).

MLM dinilai sebagai metode pemasaran yang lebih efisien dan efektif dalam kategori *retail* (penjualan eceran) sebab besarnya dan luasnya gerakan individu-individu yang melakukan kegiatan pemasaran ini dibandingkan sistem pemasaran

umum. MLM sekarang disebut sebagai inovasi baru untuk menghasilkan uang di dunia komersial dan bisnis. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan MLM yang berkembang di Indonesia dan banyaknya peminat yang bergabung untuk mengikuti kegiatan yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. MLM hanyalah salah satu cara untuk memasarkan suatu produk kepada masyarakat. Salah satu produk MLM yang berkembang di masyarakat adalah produk herbal, dengan *brand* Leafhea.

Leafhea merupakan produk herbal yang menerapkan metode pemasaran MLM dengan *brand* yang mulai dikenal masyarakat. Karena Leafhea baru didirikan pada Oktober 2020. Umur Leafhea yang masih baru membuat produk ini gencar dipromosikan oleh para pelaku usahanya di seluruh wilayah Indonesia, dimana Leafhea menggunakan kantor distributor di setiap daerah untuk memasarkan produk.

Bisnis MLM Leafhea membutuhkan mekanisme dengan melibatkan banyak orang dengan tujuan memperluas jaringan bisnis, semakin luasnya jaringan yang mereka bentuk, semakin menguntungkan bagi marketing MLM Leafhea. Sistem jaringan bisnis Leafhea sangat bergantung pada hubungan sosial antar masyarakat konsumsi dalam komunitas MLM Leafhea itu sendiri.

Menurut Rini (2012: 163) MLM disebut sebagai sistem pemasaran yang dilakukan melalui beberapa level atau tingkatan, yang dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). Hal yang sama berlaku dalam upaya marketing MLM Leafhea. Bisnis MLM yang dijalani membutuhkan banyak jaringan yang terdiri *upline* dan *downline*, sehingga hubungan sosial yang terjalin

antara *upline* dan *downline* sangat membutuhkan adanya jaringan sosial. Karena secara tidak langsung kehadiran jaringan sosial berdampak signifikan pada hubungan jaringan dengan para konsumen.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, PT. Leafhea merupakan perusahaan yang masih baru namun omset penjualan para anggotanya sangat tinggi sehingga Leafhea merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, hal tersebut dapat dilihat dari data distributor dan reseller dibawah ini yaitu salah satunya adalah Leafhea di Kota Bukittinggi.

Tabel berikut berisi data dari distributor dan beberapa reseller Leafhea Bukittinggi yaitu:

Tabel 1. 1 Distributor Leafhea Bukittinggi

No	Nama/posisi	Jumlah Omset dan Bonus mlm	Mulai Bergabung
1.	Aminah (distributor/leader)	Omset: 1,025 milyar Bonus: Rp. 94.650.000,-	November 2020

Sumber : *Data Primer 2022*

Bu Aminah merupakan aktor distributor Leafhea Bukittinggi sekaligus *up line* dari para reseller-reseller yang ada di Bukittinggi. Omset yang beliau hasilkan di atas berasal dari penjualan barang sejak leafhea Bukittinggi berdiri. Bonus yang ia dapat berasal dari sistem bonus multi level marketing yang berupa bonus pasangan dan bonus sponsor.

Stokist Leafhea Bukittinggi memiliki banyak reseller, lihat tabel pada halaman lampiran. Adapun dibawah ini merupakan data reseller yang akan dijadikan sebagai informan yaitu:

Tabel 1. 2 Reseller Leafhea Bukittinggi

No	Nama	Jumlah Omset dan Bonus MLM	Mulai Bergabung
1.	Dewi	Omset: Rp.316.000.000,- Bonus: Rp.23.800.000,-	November 2020
2.	Ema Novita	Omset: Rp.243.000.000,- Bonus: Rp.34.250.000,-	November 2020
3.	Deni Susanti	Omset: Rp.15.000.000,- Bonus: 5.500.000,-	Desember 2020

Sumber : *Data Primer 2022*

Berdasarkan data di atas penulis diketahui bahwa omset penjualan para anggota Leafhea Bukittinggi padahal *member* Leafhea Bukittinggi jarang mengikuti kegiatan seminar atau *event-event* seperti yang dilakukan bisnis mlm umumnya karena bisnis leafhea lahir disaat pandemi covid-19. Namun sebenarnya pandemi bukan kendala utama bagi *member* Leafhea, tapi karena Leafhea Bukittinggi dengan Leafhea pusat Yogyakarta sangat jauh. Sehingga tidak memungkinkan bagi para *member* dari kedua wilayah untuk melaksanakan event-event Leafhea bersama-sama. Padahal kekuatan dari Leafhea pusat dapat membantu promosi bagi Leafhea Bukittinggi. Kendati demikian, seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya para *member* Leafhea masih mampu menjalankan bisnis dengan lancar dan memiliki banyak pelanggan dan konsumen di Kota Bukittinggi. Setelah melakukan penelitian lapangan maka penulis mengetahui bahwa jaringan sosial merupakan kunci bagi aktor dalam menjalankan bisnis herbal Leafhea dan juga teknologi yang ada di era digital saat ini turut memiliki peran penting bagi aktor Leafhea. Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengambil tema ini untuk penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Saat ini kegiatan jual beli di tengah masyarakat terus berkembang dan menghasilkan banyak bisnis yang menjanjikan. Salah satunya ialah kegiatan jual beli yang menggunakan metode pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM). Bisnis MLM merupakan kegiatan yang membutuhkan hubungan sosial yang mekanismenya terdiri dari *upline* dan *downline*, sehingga bisnis ini sangat memerlukan adanya jaringan sosial diantara para aktor. Salah satunya adalah produk Leafhea yang berupa sabun dan serum herbal. Umur Leafhea yang masih baru bukan menjadi persoalan, kendati demikian omset yang didapat para anggota Leafhea Bukittinggi terbilang banyak hanya dalam waktu yang singkat.

Masing-masing aktor herbal Leafhea memiliki hubungan dengan satu sama lain. Hubungan tersebut membentuk jaringan yang terstruktur. Jaringan yang dibentuk mulai dari hulu hingga ke hilir. Jaringan ini dimulai dari Leafhea Pusat yang berlokasi di Yogyakarta menjadi produsen produk herbal Leafhea. Kemudian dari pusat barang didistribusikan ke daerah-daerah salah satunya ke stokist Leafhea Bukittinggi yang menjadi distributor untuk provinsi Sumatera Barat. Setelah barang sampai di Bukittinggi, maka para menyetok produk leafhea untuk dijual kepada para konsumen masing-masing. Namun perlu ditekankan bahwa Stokist Leafhea Bukittinggi tidak hanya memiliki reseller di kota Bukittinggi saja melainkan juga di kota atau kabupaten sekitar seperti Payakumbuh, Padang, Pariaman, karena peranannya sebagai distributor Leafhea untuk wilayah Sumatera Barat. Keuntungan yang didapat oleh *member* Leafhea berasal dari penjualan produk berupa sabun, serum dan cream. Keuntungan lainnya berasal dari bonus MLM yang berupa bonus

sponsor, RO (Re-Order) dan pasangan. Penjelasan rinci mengenai MLM penulis tulis dalam bab 2.

Dari penelitian lapangan, penulis menemukan bahwa kegiatan ekonomi dalam bisnis Leafhea ini melibatkan hubungan sosial diantara para aktor nya yaitu Leafhea pusat Yogyakarta, Distributor Leafhea Bukittinggi, Reseller Bukittinggi, dan Konsumen Leafhea Bukittinggi. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melihat bentuk-bentuk jaringan sosial dan bentuk keterlekatan di antara aktor-aktor tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian yaitu: ***“Bagaimana bentuk jaringan sosial aktor pemasaran produk herbal Leafhea di Kota Bukittinggi?”***

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1.3.1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk jaringan sosial aktor produk herbal Leafhea Kota Bukittinggi.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

- a. Mendeskripsikan aktor pelaku sebagai subjek dan objek jaringan sosial Leafhea di Kota Bukittinggi
- b. Mendeskripsikan jaringan sosial antar aktor khususnya waktu, jumlah dan tempat transaksi

- c. Mendeskripsikan jaringan sosial yang sudah terbentuk di antara aktor

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan studi sosiologi ekonomi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan bahan masukan kepada peneliti lain yang ingin meneliti permasalahan ini lebih lanjut.
- b. Salah satu syarat memperoleh gelar S1 pada jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Aktor Ekonomi

Aktor disini adalah individu atau kelompok masyarakat. Aktor tidak dapat dilihat sebagai individu atau kelompok itu sendiri, tetapi dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang dihubungkan dengan individu lainnya. Dalam hal ini aktor kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi.

Aktor atau pelaku ekonomi merupakan pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi seperti produsen, distributor, dan konsumen. Setiap pelaku ekonomi memiliki perannya masing-masing. menurut *Cambridge Dictionary*, pelaku ekonomi adalah seseorang, perusahaan, atau organisasi yang dimana produksi, pembelian atau penjualannya mempengaruhi motif ekonomi. Di sisi lain, menurut *Longman Business Dictionary*, definisi pelaku ekonomi adalah seseorang,

perusahaan, dan lain-lain yang mempengaruhi perekonomian nasional seperti membeli, menjual, atau berinvestasi.

Pelaku ekonomi juga disebut sebagai pelaku usaha. Secara garis besar, pelaku-pelaku kegiatan ekonomi ini dapat dikelompokkan menjadi lima pelaku. Pelaku kegiatan ekonomi tersebut antara lain rumah tangga keluarga, perusahaan, koperasi, masyarakat, dan negara. Setiap pelaku ekonomi tersebut mempunyai peran yang berbeda-beda. Ada yang berperan sebagai produsen, distributor, dan konsumen (T. Puji Rahayu: 2019).

Menurut pasal 1 angka 3 No.8 Tahun 1999 UUPK : Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pelaku ekonomi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sosial. Pelaku ekonomi atau pelaku usaha bisnis adalah organisasi masyarakat yang memiliki dua fungsi sekaligus. Pertama sebagai pemasok segala kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kedua, sebagai penyerap tenaga kerja masyarakat (Hartono, 2007:95). Sebagai pelaku ekonomi, manusia manusia perlu melakukan kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan ekonomi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai macam kegiatan, seperti : produksi, distribusi,

persewaan, kewirausahaan, atau bekerja dengan pejabat, manager, karyawan atau pegawai.

Pelaku ekonomi yang menjalankan suatu kegiatan ekonomi dalam melakukan suatu usaha disebut dengan pelaku usaha. Pelaku usaha adalah pihak-pihak yang menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, sebagai contoh adalah pedagang eceran, grosir, agen dan distributor (Sunarti :2019)

1.5.2 Konsep Multi Level Marketing (MLM)

Multi Level Marketing (MLM) adalah bisnis jaringan yang bisa dilakukan siapa saja tanpa prosedur *interview*. Juga membutuhkan modal yang relatif sedikit untuk bergabung, sehingga memudahkan semua orang dari berbagai kalangan untuk masuk ke dalam bisnis jaringan (Oktavianus, 2014:9).

Multi Level Marketing (MLM) merupakan bisnis yang beroperasi dengan sistem *network marketing* yaitu dengan sistem berjenjang. Dengan kata lain, produk yang dipasarkan dimulai dari produsen ke konsumen melalui agen atau distributor tunggal mandiri. Agen atau distributor berperan sebagai pemasar dan pengiklan, dan perusahaan menghargai pemasar dengan bonus dan penghargaan (Nistains, 2008:20). Dengan sistem berjenjang ini penjualan produk langsung dari perusahaan kepada para distributor tanpa melalui agen sehingga terjadi pemutusan rantai distribusi. Keunggulan utama dari MLM adalah orang tidak membutuhkan banyak modal untuk terlibat. MLM hanya membutuhkan uang yang relatif kecil untuk mulai bergabung. Modal utama MLM adalah dengan menitikberatkan pada hubungan yang dimiliki para distributor. Oleh karena itu, MLM berpotensi menjadi

bisnis alternatif yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat tanpa memerlukan modal yang besar.

Kiyosaki (2001: 106) mengemukakan bahwa MLM adalah tempat yang tepat untuk mempelajari keterampilan bisnis dalam kehidupan nyata. Robert Kiyosaki menyarankan bahwa bagian terpenting di dalam bisnis jaringan adalah sistem pendidikan atau skill yang dimiliki pelakunya.

Perusahaan yang menerapkan MLM menggunakan *direct selling* dengan dua cara, yaitu: (1) *Single Level Marketing* (Pemasaran satu tingkat), dimana mitra usaha menerima komisi penjualan dari penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri. (2) *Multi Level Marketing* (pemasaran multi tingkat), adalah suatu metode bagi mitra usaha untuk memasarkan barang atau jasa secara langsung melalui program pemasaran untuk menerima komisi atau bonus penjualan dari yang dilakukannya sendiri ataupun anggota dalam kelompok jaringannya (Ida, 2014).

Perbedaan antara MLM dengan penjualan konvensional adalah:

- a. Penjualan konvensional, membutuhkan banyak agen distribusi. Masing-masing mata rantai distribusi tersebut memerlukan pengeluaran berupa biaya distribusi yang akhirnya termasuk dalam komponen harga produk. Sementara penjualan melalui MLM, produk bergerak langsung ke distributor melalui perusahaan MLM.
- b. Produk-produk konvensional biasanya dijual melalui iklan, seperti media elektronik, cetak atau media lainnya. Biaya iklan ini masuk ke dalam komponen harga produk. Di sisi lain, produk MLM tidak di iklankan melalui media massa.

Produk MLM hanya dikenalkan melalui cerita dari mulut ke mulut oleh para distributor dan anggotanya.

1.5.3 Konsep Produk Herbal

Menurut Dhini Ardianti, Winne Wardiani, dan Latifan Adnani (2021), produk herbal merupakan salah satu teknik perawatan kulit yang menggunakan bahan-bahan alami. Herbal berasal dari kata *herb* (bahasa Inggris), yang berarti tumbuhan atau biji-bijian yang digunakan sebagai obat-obatan atau bumbu masakan (Oxford, 2018).

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM RI) menetapkan herbal sebagai bagian dari obat bahan alam Indonesia dimana obat alami tersebut dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Jamu, yaitu obat tradisional warisan nenek moyang,
2. Obat herbal terstandar, obat yang dikembangkan berdasarkan bukti-bukti ilmiah dan uji pra klinis serta standarisasi bahan baku, dan
3. Fitofarmaka, yang dikembangkan berdasarkan uji klinis, standarisasi bahan baku dan sudah bisa diresepkan dokter.

Hawaij, Taesar, dkk. (2021) menjelaskan bahwa tanaman herbal merupakan tumbuh-tumbuhan atau tanaman obat yang dapat dimanfaatkan untuk pengobatan tradisional terhadap berbagai macam penyakit. Sejak dahulu tanaman herbal sudah lama digunakan oleh rakyat Indonesia terutama di Jawa secara turun temurun.

Produk herbal sebenarnya telah lama dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas. Mulai dari jamu tradisional, jamu dalam kemasan, madu, suplemen, vitamin, hingga berbagai jenis obat-obatan untuk mengobati berbagai macam penyakit. Di

Indonesia sendiri, produk herbal identik dengan sebutan obat tradisional atau obat herbal. Obat herbal merupakan bahan atau ramuan yang berasal dari bahan tumbuhan, hewan, mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan-bahan tersebut yang telah digunakan secara turun temurun untuk mengobati berbagai macam penyakit berdasarkan norma yang berlaku di masyarakat (Kementrian Kesehatan: 2010)

Saat ini penggunaan tanaman herbal tidak hanya untuk dikonsumsi tetapi juga berinovasi menjadi bahan perawatan dan kosmetik. Kosmetik yang mengandung bahan herbal dinilai sehat dan aman bagi kulit sehingga semakin mudah ditemui. Chen (2019) menyebutkan kosmetik herbal dengan bahan alami dianggap lebih berkualitas, ramah lingkungan dan aman.

Shivanand (2010) juga menjelaskan kosmetik herbal memiliki efek samping lebih sedikit. Kosmetik herbal diformulasikan menggunakan berbagai bahan kosmetik yang diizinkan di mana satu atau lebih bahan digunakan untuk memberikan manfaat kosmetik tertentu. Ekstrak herbal adalah metodologi kuno yang telah ditemukan dalam kitab suci Yunani dan Veda, diproses dengan menghancurkan bahan dalam mangkuk lalu diperas hingga mendapatkan sarinya, herbal umumnya didefinisikan sebagai tanaman non-kayu yang telah mati (Shivanand: 2010).

1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Menurut Damsar (2002), Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam

bentuk yang formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial adalah gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal.

Sementara menurut Ritzer dan Douglas (2010), Jaringan sosial merupakan hubungan yang tercipta antara banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antara suatu kelompok dengan kelompok yang lain. Yang menjadi ciri khas dari teori jaringan adalah adanya pemusatan perhatian pada struktur makro dan mikro, yang artinya bahwa aktor bukan hanya individu saja namun dapat kelompok, organisasi bahkan ruang lingkup yang lebih besar sekalipun. Hubungan dapat terjadi dalam struktur sosial yang lebih luas hingga yang lebih sempit.

Menurut Putnam (1995), jaringan-jaringan kerjasama antar manusia terwujud dari infrastruktur dinamis dari modal sosial yang memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi yang memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Masyarakat yang sehat akan memiliki jaringan sosial yang kokoh pula yang dapat memperkuat perasaan kerjasama anggotanya dan mendapat manfaat dari partisipasinya.

Menurut Robert M. Z Lawang dalam (Damsar dan Indrayani: 2016) menjelaskan makna jaringan sebagai berikut:

- a. Terdapat ikatan simpul (orang atau kelompok) yang terhubung dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial tersebut diikat dalam bentuk kepercayaan, boleh dalam bentuk strategik atau moralistik. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.

- b. Ada kerja simpul (orang atau kelompok) yang melalui hubungan sosial menjadi suatu kerjasama, bukan kerja bersama-sama. Seperti halnya sebuah jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul pasti kuat menahan beban bersama dan menangkap ikan lebih banyak (tujuan).
- c. Dalam kerja jaringan itu ada ikatan simpul (orang atau kelompok) yang tidak dapat berdiri sendiri. Ketika satu simpul putus, maka keseluruhan jaringan itu tidak bisa berfungsi lagi hingga ikatan itu diperbaiki. Semua simpul (orang atau kelompok) menjadi satu kesatuan ikatan yang kuat.
- d. Media (benang atau kawat) dan simpul (orang atau kelompok) tidak dapat dipisahkan (hubungannya).
- e. Ikatan atau pengikat (simpul) dalam jaringan adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan. Norma menjaga hubungan antara orang atau kelompok. Jaringan merupakan dinilai sebagai strategi dalam kepercayaan. Yang berarti melalui jaringan, orang mengenal, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam pekerjaan atau mengatasi masalah.

Sebuah penelitian tentu membutuhkan teori. Di antara pengertian jaringan sosial yang ditemukan, penulis menggunakan teori Jaringan Sosial yang dipopulerkan oleh Mark Granovetter pada tahun 1985. Alasan nya karena teori jaringan sosial oleh Granovetter lebih sesuai dengan kondisi di lapangan dan lebih dapat menjelaskan jaringan sosial antar aktor Leafhea Bukittinggi. Granovetter, (dalam Damsar, 2009:139) mengemukakan pengertian keterlekatan (*embeddedness*) dalam teori jaringan adalah sebagai tindakan ekonomi yang

disituasikan secara sosial dan melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial personal yang berlangsung diantara para aktor. Ini tidak hanya terbatas pada tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang semuanya terpendam dalam suatu hubungan sosial.

Granovetter juga mengatakan bahwa tindakan ekonomi (seperti pertukaran atau jual beli) selalu melekat pada hubungan-hubungan sosial. Hubungan-hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (atau jaringan) akan menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan mencegah terjadinya penyimpangan (*malfesance*) oleh aktor ekonomi. Alasan mengapa demikian: (a) Dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah, (b) Informasi itu lebih baik, lebih kaya dan akurat, (c) Individu yang memiliki hubungan secara terus menerus akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya, dan (d) Hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isu sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya dan menghindari oportunisme” (Purwanto: 2017).

Granovetter menggambarkan bahwa hubungan ditingkat mikro itu seperti tindakan yang “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan) hubungan itu. Hubungan ini berlandaskan bahwa setiap aktor (individu atau kolektivitas) mempunyai akses yang berbeda terhadap sumber daya alam yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, informasi).

Bagi Granovetter empat prinsip berikut ini penting bagi jaringan sosial dan hasil ekonomi, yaitu:

- a. Norma dan kepadatan jaringan (*network density*). Bergantung pada fakta bahwa semakin padat suatu jaringan, maka tercipta jalur yang lebih unik di mana informasi, ide dan pengaruh dapat melakukan perjalanan antara dua node. Dengan demikian, kerapatan yang lebih besar membuat gagasan tentang perilaku yang tepat lebih mungkin ditemui berulang kali, didiskusikan dan diperbaiki.
- b. Kekuatan hubungan lemah (*The Strength of Weak Ties*). Bahwa manfaat ekonomi ternyata cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah. Untuk hal ini ia menjelaskan bahwa informasi cenderung didapat dari kenalan baru dibandingkan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang sama dengan individu, dan kenalan baru relatif membuka cakrawala dunia luar individu.
- c. Pentingnya lubang struktur (*struktur holes*) yang berada diluar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar.
- d. Interpenetrasi aksi ekonomi dan non-ekonomi. Yaitu adanya kegiatan non ekonomis yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yan ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya. Dalam hal ini Granovetter menyebutnya ketertambatan tindakan non ekonomi dalam kegiatan ekonomi sebagai akibat adanya jaringan sosial.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa kegiatan ekonomi seperti pertukaran jual beli secara tidak sengaja bisa terjadi berkat adanya hubungan sosial diantara masyarakat yaitu pelaku bisnis dan masyarakat konsumen. Hal ini berlaku pada

para aktor Leafhea Bukittinggi yang memanfaatkan jaringan sosial dalam melakukan pertukaran jual beli dengan sistem Multi Level Marketing.

1.5.5 Penelitian Relevan

Dalam penelitian terdahulu, informasi dapat diperoleh dari jurnal, buku, dan kertas kerja. Penelitian yang relevan memungkinkan diri sendiri dan pembaca untuk memahami hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, menghubungkan penelitian dengan topik yang lebih luas yang sedang dibahas, serta memberikan kerangka atau kerangka penelitian (Afrizal, 2014:122).

Dari hasil penemuan terhadap hasil penelitian, ditemukan penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu sebagai berikut:

Penelitian **pertama**, yang dilakukan oleh **Kartika Adie Pratiwi (2015)** yang berjudul “Modal Sosial Pada Multi Level Marketing Tupperware Di Kota Semarang”. Hasil penelitian menjelaskan Keunggulan peranan distributor di Pt Kalyana Batang Sentosa adalah distributornya yang senantiasa mengawasi dan memperhatikan para karyawan yang bekerja dikantor tersebut. Hasil penelitian selanjutnya ditemukan bahwa ada 3 modal sosial yang terbangun dalam mlm tupperware Semarang yaitu jaringan bisnis, asas resiprokal, dan kepercayaan dalam hal pengambilan barang dari *downline* kepada *upline*. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang jaringan sosial dan multi level marketing. Perbedaan dengan penelitian tersebut, jika penelitian yang dilakukan Kartika Adie Pratiwi menyoroti mlm bisnis tupperware, sedangkan peneliti meneliti mlm pada produk herbal. Selain itu ada perbedaan pada tahun dan lokasi penelitian.

Penelitian **kedua**, dilakukan oleh **Rama Nuhlia (2018)** yang berjudul “Jaringan Sosial Pada Pengusaha Kopi Bubuk Di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang”. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa peran jaringan sosial pada pengusaha kopi bubuk bergantung pada peran dan latar belakangnya, dan tiap hasil tindakannya mempengaruhi tindakan aktor lain. Kerjasama yang dibangun masing-masing simpul menimbulkan norma yang mengikat dan diperkuat dengan kepercayaan sehingga kerjasama para aktor pengusaha kopi bubuk mencapai ekspektasi yang diharapkan. Persamaan dengan penelitian tersebut terletak pada teori yang digunakan dan membahas tentang jaringan sosial. Perbedaan dengan penelitian tersebut, jika Rama Nuhlia fokus pada jaringan sosial pengusaha kopi, sedangkan penulis fokus pada umkm produk herbal.

Penelitian yang **ketiga**, dilakukan oleh **Muhammad Rafi Edria (2021)** yang berjudul “Analisis Jaringan Modal Sosial Kopi Bukit Apit (Studi Di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi)”. Ditemukan bahwa alasan kopi bukit apit tidak mendapatkan tempat di kotanya sendiri, dikarenakan produsen tidak dapat beradaptasi dengan pasar (kafe). Tidak terjalinnya rantai atau hubungan antara produsen dengan kafe karena tidak adanya rasa saling percaya. Persamaan dari kedua penelitian ialah sama-sama meneliti tentang jaringan sosial. Perbedaannya terletak pada jenis bisnis dimana penelitian ini meneliti aktor yang menjalankan bisnis kopi di Bukittinggi, sedangkan penulis meneliti pada aktor yang menjalankan bisnis produk herbal di Bukittinggi. Teori yang digunakan juga berbeda, penelitian ini menggunakan teori rantai nilai oleh Porter sementara penulis menggunakan teori jaringan sosial dan keterlekatan oleh Granovetter.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian dan Tipe Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh (Afrizal, 2014:13).

Sebagaimana menurut Denzim dan Licoln (Moleong, 2017:5) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan tujuan untuk menjelaskan terjadinya fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan penelitian kuantitatif. Bodgan dan Tylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong 2011: 4).

Sementara itu, penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang diteliti yaitu jaringan sosial para aktor Leafhea. Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif ini peneliti melihat dan mendengar langsung jaringan sosial yang terbangun diantara para aktor Leafhea agar usaha herbal Leafhea semakin meningkat dimana penulis deskripsikan pada bab 3. Penulis mencatat selengkap dan seobjektif mungkin terkait fakta dan

pengalaman yang penulis lihat dan alami. Seperti proses transaksi produk leafhea, berupa jumlah, waktu, tempat, dan subjek dan objek yang melakukan transaksi tersebut.

Alasan penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe deskriptif karena dapat mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga dapat diketahui bentuk jaringan sosial aktor herbal Leafhea di Kota Bukittinggi.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang penting dalam penelitian. Menurut Afrizal (2014:139), informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain, suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa informan penelitian merupakan orang yang memiliki informan tentang data yang dibutuhkan.

Spradley (1998:25-37) juga mengatakan bahwa informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya atau orang lain ataupun kejadian kepada peneliti. Penulis menggunakan teknik pemilihan informan dengan teknik *purposive sampling* yang mempertimbangkan azas kejenuhan data yaitu dengan cara apabila sudah terdapat jawaban yang sama setiap informan, maka penambahan jumlah sampel dihentikan maksudnya adalah penulis menentukan sendiri informan peneliti berdasarkan atas kriteria dan pertimbangan tertentu yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian (Singarimbun, 1992:112).

Afrizal (2014:13) mengkategorikan dua informan yaitu sebagai berikut:

1. Informan pelaku, adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, perbuatannya, pikirannya, interprestasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri.
2. Informan pengamat, merupakan informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan ini dapat dikatakan sebagai orang yang tidak diteliti melainkan mengetahui tentang orang yang diteliti atau dapat juga disebut sebagai agen/saksi suatu kejadian atau pengamat lokal.

Adapun kriteria yang ditetapkan dalam pemilihan informan pelaku dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Orang yang memiliki wewenang di Leafhea pusat dan berhubungan langsung dengan owner stokist/distributor Leafhea Bukittinggi.
2. Owner stokist/distributor Leafhea Bukittinggi, informan yang memiliki stokist Leafhea Bukittinggi.
3. Reseller Leafhea Bukittinggi yang aktif berjualan dalam satu tahun terakhir, yaitu mulai dari Juli 2021 sampai Juni 2022.
4. Konsumen Leafhea yang rutin membeli produk atau sabun dalam satu bulan terakhir yaitu dari Juni 2021 sampai Juni 2022 ketika penelitian lapangan ini dilaksanakan.

Sementara kriteria dalam pemilihan informan pengamat adalah orang yang mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh aktor Leafhea. Langkah pertama yang penulis lakukan dalam mencari informan reseller yang sesuai dengan kriteria di atas

adalah mengumpulkan data semua reseller yang penulis dapatkan dari distributor, data tersebut dapat dilihat pada halaman lampiran 4.

Kemudian reseller berhasil mengumpulkan informan yang sesuai dengan kriteria yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Data Informan

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Status di Leafhea	Kategori Informan
1	Afrida	48	Perempuan	Pusat	Pelaku
2	Aminah	47	Perempuan	Distributor	Pelaku
3	Deni Susanti	42	Perempuan	Reseller	Pelaku
4	Dewi	48	Perempuan	Reseller	Pelaku
5	Ema Novita	44	Perempuan	Reseller	Pelaku
6	Anggun Febriza	17	Perempuan	Konsumen	Pelaku
7	Nil Hakim Mulfi	26	Perempuan	Konsumen	Pelaku
8	Rhika Diasmile	24	Perempuan	Konsumen	Pelaku
9	Salsamila	21	Perempuan	Konsumen	Pelaku
10	Fitmawati	43	Perempuan	Karyawan	Pengamat

Sumber : Data Primer 2022

Sebelum kegiatan wawancara penulis sudah mendapatkan izin dari para informan di atas. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis menemukan informan melalui *purposive sampling*. Berikut ini penulis menjelaskan proses menemukan informan yang bersedia dan sesuai betul dengan kriteria yang ditetapkan. Beruntung topik penelitian ini termasuk topik yang umum dan tidak mengandung hal sensitif sehingga penulis dapat menemukan informan tanpa hambatan yang serius. Langkah awal yang penulis lakukan untuk mewawancarai

informan adalah mulai dari mendatangi distributor (*owner* stokist) Leafhea Bukittinggi yaitu ibu Aminah. Ibu Aminah membagi banyak informasi kepada penulis seperti kapan beliau mulai bergelut dalam MLM dan bisnis Leafhea serta hubungan beliau dengan para reseller dan pihak yang ada di Leafhea pusat di Yogyakarta. Setelah melakukan wawancara dengan Bu Aminah, penulis meminta data seluruh reseller Leafhea yang ada di Bukittinggi dan data aktor Leafhea pusat di Yogyakarta.

Informan Leafhea pusat adalah ibu Afrida. Wawancara dengan ibu Afrida dilakukan melalui telepon karena terkendala jarak Bukittinggi-Yogyakarta. Sebelum melakukan wawancara, ibu Aminah terlebih dahulu mengabarkan dan menanyakan kesediaan ibu Afrida bahwa penulis ingin melakukan wawancara mengenai Leafhea. Ibu Afrida menjelaskan banyak hal seperti hubungan beliau dengan Bu Aminah dalam menjalankan bisnis herbal Leafhea dan bagaimana sistem pengiriman barang dari Yogyakarta ke Kota Bukittinggi.

Ibu Deni Susanti, Ema Novita dan Dewi adalah informan reseller dari penelitian ini. Ketiga reseller ini terpilih sebagai informan karena penulis menggunakan metode *purposive sampling*, dimana penulis menyaring data keseluruhan reseller berdasarkan kriteria informan reseller. Penulis diberitahu oleh ibu Aminah alamat dan kontak informan tersebut. Sebelum mendatangi lokasi informan, penulis terlebih dahulu menghubungi informan untuk mengenalkan diri dan menyampaikan maksud dan tujuan. Setelah mendapatkan izin barulah penulis mendatangi informan ke rumah nya masing-masing. Banyak informasi yang penulis

kumpulkan mengenai topik penelitian ini, karena informan menjawab secara terbuka pertanyaan dari penulis.

Informan konsumen penulis tentukan sebanyak empat orang yaitu Nil Hakim Mulfi, Anggun Febriza, Salsamila, dan Rhika Diasmile. Keempat informan ini penulis dapatkan juga melalui teknik *purposive sampling*. Penulis menanyakan mengenai konsumen dari informan reseller dalam hal intensitas orderan konsumen selama enam bulan terakhir dan setelah melalui teknik *purposive* pada seluruh konsumen, maka keempat informan inilah yang menjadi informan konsumen dalam penelitian ini.

1.6.3. Data Yang Diambil

Lofland dan Lofland (Moleong:112), mengatakan sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya hanyalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau di wawancarai merupakan data utama yang dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video atau audio dan pengambilan foto. Dalam penelitian ini, data didapat dari dua sumber, yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian dilapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan teknik observasi (Moleong, 2004:155). Data yang diperoleh berupa informasi-informasi dari informan mengenai jaringan sosial aktor produk herbal Leafhea di Kota Bukittinggi.

2. Data Sekunder

Yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu mempelajari bahan-bahan tertulis seperti buku, skripsi, jurnal, foto-foto dan bahan statistik yang mempunyai relevansi dengan permasalahan penelitian. Adapun data sekunder yang penulis gunakan adalah dokumen-dokumen Leafhea yang berupa postingan katalog promosi di media sosial dan percakapan *member* Leafhea didalam grup whatsapp.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan dan observasi langsung ke stokist Leafhea Bukittinggi.

1. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar, dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Marshall (dalam Sugiyono, 2013:226) menyatakan bahwa melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.

Data observasi berupa data faktual, cermat dan terperinci tentang keadaan lapangan, observasi yang digunakan adalah *participant as observer* yaitu penelitian memberitahu maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer, 192:74). Melalui observasi ini penulis melihat dan mengetahui proses bekerjanya jaringan sosial aktor produk herbal Leafhea di Bukittinggi. Kegiatan observasi penulis laksanakan dengan melakukan pemantauan pada interaksi distributor dengan

reseller melalui grup *whatsapp* maupun secara langsung dengan mengunjungi stokist Leafhea Bukittinggi. Dari observasi lapangan ini penulis dapat mengetahui bahwa interaksi antara distributor dengan reseller di stokist adalah melakukan transaksi barang dan berbagi ilmu yang dimiliki distributor kepada reseller. Bentuk interaksi di grup *whatsapp* yaitu seperti distributor yang setiap harinya aktif memberikan informasi terkait penjualan produk Leafhea kepada reseller.

2. Wawancara mendalam

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dengan mengajukan pertanyaan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Wawancara tidak terstruktur bersifat luwes, selama susunan pertanyaan dan kata-kata dari setiap pertanyaan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara (Mulyana, 2004:180-181).

Data yang penulis peroleh dari wawancara penelitian terdiri dari kutipan langsung dari informan Leafhea Pusat Yogyakarta, distributor Bukittinggi, reseller, dan konsumen Leafhea Bukittinggi tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan mereka yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi Leafhea seperti hubungan yang membuat terikat satu sama lain, proses transaksi antara reseller dengan konsumen dalam melakukan tindakan jual beli produk Leafhea dan proses distribusi dari Yogyakarta ke Bukittinggi yang menggunakan jasa ekspedisi dalam memasarkan produk herbal Leafhea.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam sebuah penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, komunitas, institusi (keluarga, perusahaan, organisasi dan negara). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu aktor pemasaran produk herbal Leafhea Bukittinggi.

1.6.6 Analisis Data

Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2013:244), analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, menggambarkannya sebagai suatu unit analisis, melakukan sintesa, menyusunnya menjadi suatu pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, kemudian menarik kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisa data adalah aktivitas yang terus menerus dalam melakukan penelitian. Analisis data merupakan pengujian sistematis terhadap data untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian, serta hubungan bagian-bagian itu dengan keseluruhannya dengan cara mengkategorikan data dan mencari hubungan antara kategori (Spradley, 1997: 117-119).

Analisis merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang lebih ditekankan pada interpretatif kualitatif. Data yang didapat lapangan, baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder dicatat dengan catatan lapangan (field note).

Pencatatan dilaksanakan setelah kembali dari lapangan, dengan mengacu pada persoalan yang berhubungan dengan penelitian. Setelah semua data terkumpul, kemudian dianalisis dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder yang dimulai dari awal penelitian sampai akhir penelitian. supaya data informasi yang diperoleh lebih akurat dan komprehensif. Analisis data ini menggunakan teknik triangulasi (check and recheck). Artinya pertanyaan yang diajukan merupakan pemeriksaan kembali atas kebenaran jawaban yang didapat informan, ditambah berbagai pertanyaan yang bersifat melengkapi. Teknik triangulasi dilakukan dengan mencari informasi pada sumber lain.

1.6.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai setting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128).

Lokasi penelitian ini dilakukan di Stokist Leafhea Bukittinggi yang beralamat di Jl. Sultan Syahrir, Jembes, Kota Bukittinggi. Stokist Leafhea Bukittinggi merupakan salah satu distributor Leafhea di Sumatera Barat yang memiliki banyak *downline* sebanyak lebih dari 50 orang. Daerah yang dijadikan sebagai lokasi penelitian ini adalah Stokist Leafhea Bukittinggi yang berlokasi di Jl. Sultan Syahrir, Jembes, Kota Bukittinggi dan kediaman para reseller yang juga di Kota Bukittinggi.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

1. Konsep Jaringan Sosial

Merupakan pola atau struktur hubungan sosial yang meningkatkan atau menghambat perilaku orang untuk terlibat dalam bermacam arena dari kehidupan sosial pada tatanan struktur sosial.

2. Konsep MLM

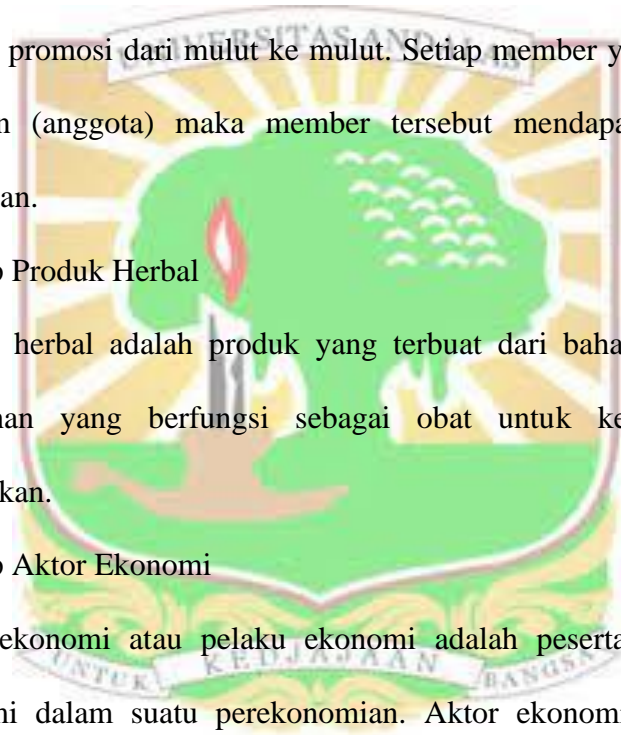
Merupakan bisnis yang dijalankan dengan memanfaatkan jaringan untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk. MLM tidak perlu menggunakan banyak biaya karena mampu menyentuh pasar hanya dengan promosi dari mulut ke mulut. Setiap member yang mendapatkan jaringan (anggota) maka member tersebut mendapatkan pendapatan tambahan.

3. Konsep Produk Herbal

Produk herbal adalah produk yang terbuat dari bahan alami tumbuh-tumbuhan yang berfungsi sebagai obat untuk kesehatan ataupun kecantikan.

4. Konsep Aktor Ekonomi

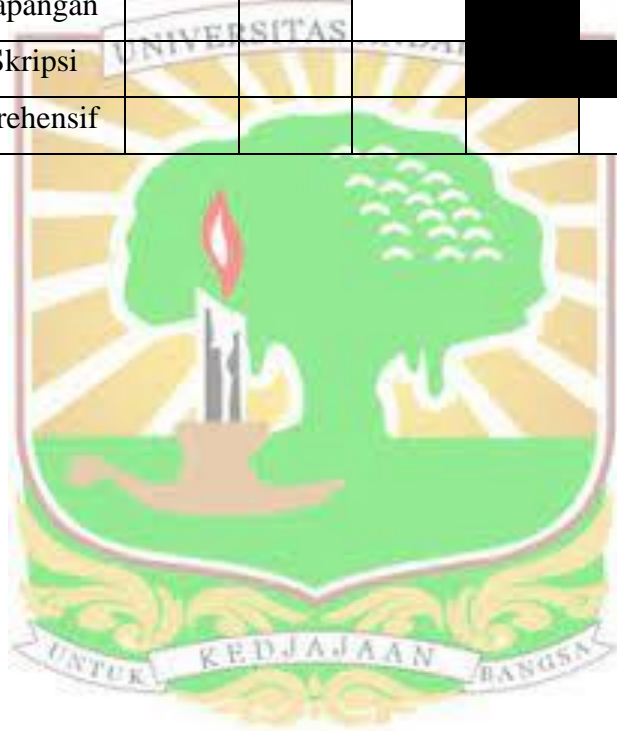
Aktor ekonomi atau pelaku ekonomi adalah peserta dalam kegiatan ekonomi dalam suatu perekonomian. Aktor ekonomi menjadi bagian dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi.



1.6.9 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 4 Kegiatan Penelitian

Nama Kegiatan	Tahun 2021/2022					
	Okt - Des	Jan - Feb	Mar	Apr - Mei	Juni - Juli	Agustus
Survei Awal	■					
Bimbingan Proposal		■				
Seminar Proposal			■			
Penelitian Lapangan				■		
Bimbingan Skripsi				■	■	
Ujian Komprehensif						■



BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

2.1 Kondisi Geografis Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi secara geografis terletak antara 100°20'-100°25' Bujur Timur dan antara 00°16'-00°20' Lintang Selatan. Ketinggian Kota Bukittinggi dari permukaan laut adalah sekitar 780-950 meter. Sedangkan suhu udara berkisar paling tinggi 24,90°C dan paling rendah sekitar 82,0%, dan tekanan udaranya 22,C-25,C. Hal ini yang menyebabkan udara di Kota Bukittinggi relatif sejuk dan cocok untuk tempat peristirahatan dan tujuan wisata. Luas wilayah Kota Bukittinggi sendiri lebih kurang 25,293 Km², luas tersebut merupakan 0,06 persen dari luas Provinsi Sumatera Barat, yang terdiri dari 3 kecamatan dan 24 kelurahan.

Kondisi alam Kota Bukittinggi yaitu berupa perbukitan dengan lapisan Tuff dari lereng gunung Marapi sehingga tanahnya subur, namun demikian luas daerah yang dimanfaatkan untuk pertanian sedikit sekali, hali ini disebabkan karena sebagian daerah digunakan untuk pemukiman penduduk, pasar, dan hotel. Lokasi pasar yang terluas terdapat di Kecamatan Guguk Panjang yaitu Pasar Aur Kuning, Pasar Atas, dan Pasar Bawah, sehingga Bukittinggi diberi julukan sebagai kota perdagangan. Selain itu Bukittinggi juga diberi julukan sebagai kota pariwisata, karena memiliki panorama alam yang indah dan beragam objek wisata.

Secara administratif Kota Bukittinggi berbatasan dengan:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Nagari Gadut dan Kapau Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam.

- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Taluak IV Suku Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Nagari Sianok, Guguk dan Koto Gadang Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Nagari Tanjung Alam, Ampang Gadang Kecamatan IV Angkek Kabupaten Agam.

2.2 Kondisi Demografis Kota Bukittinggi

Menurut KBBI demografi merupakan ilmu tentang susunan, jumlah, dan perkembangan penduduk; ilmu kependudukan. Jumlah penduduk Kota Bukittinggi menurut data terakhir 128.78 orang dengan laju pertumbuhan rata-rata 2,04% dan kepadatan rata-rata 3.905 per-km. Sebagian besar penduduk Kota Bukittinggi beragama Islam sekitar 97,89% dan selebihnya beragama Katolik, Protestan, Budha, dan Hindu.

Penduduk terpadat berdomisili di Kecamatan Guguk Panjang yaitu 49.699 jiwa dengan densitas 7.276 karena pusat perdagangan dan kegiatan lain sebagian besar berada di kecamatan tersebut, kemudian kecamatan Mandiingin Koto Selayan yaitu 48.862 jiwa dengan densitas 4.020, dan yang terakhir adalah kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yaitu 30.222 jiwa dengan densitas 4.834. Untuk lebih jelasnya, jumlah rumah tangga, penduduk, dan kepadatan penduduk Kota Bukittinggi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Jumlah Rumah Tangga, Jumlah Penduduk, dan Densitas Kota Bukittinggi Tahun 2018

No	Kecamatan/ Kelurahan	Jumlah Rumah Tangga, Penduduk, dan Densitas				
		Jumlah Rumah Tangga	Penduduk (Lk)	Penduduk (Pr)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Densitas
1.	GGP	11 874	24 159	25 540	49 699	7 276
2.	BCKR	701	1 293	1 503	2 796	5 949
3.	Tarok Dipo	4 774	9 667	10 176	19 843	13 407
4.	Pakan Kurai	1 634	3 504	3 676	7 180	8 253
5.	ATTS	2 040	4 213	4 436	8 649	12 535
6.	Benteng Pasar Atas	407	7 330	764	1 494	2 668
7.	Kayu Kubu	1 014	2 047	2 144	4 191	4 605
8.	Bukit Apit	1 304	2 705	2 841	5 546	2 996
9.	MKS	12 247	24 048	24 814	48 862	4 020
10.	Pulai Anak Air	1 245	2 548	2 499	5 047	5 722
11.	Koto Selayan	317	690	635	1 325	1 815
12.	Garegeh	601	1 199	1 265	2 464	3 751
13.	Manggis Ganting	1 214	2 446	2 382	4 828	7 416
14.	Cimpago Ipuh	2 552	4 937	4 957	9 894	7 103
15.	Puhun Tembok	1 752	3 240	3 425	6 665	9 387
16.	Puhun Pintu Kabun	1 573	3 168	2 338	6 506	1 802
17.	Kubu Gulai Bancah	1432	2 551	2 911	5 422	2 996
18.	Cimpago Guguak Bulek	1 591	2 309	3 402	6 711	3 902
19.	ABTB	7 046	14 227	15 945	30 222	4 834
20.	Belakang Balok	776	1 346	2 081	3 427	6 800
21.	Sapiran	953	1 795	1 935	3 720	14 514
22.	Birugo	1 648	3 276	3 729	3 705	7 452
23.	Aur Kuning	1 791	3 826	9 447	7 773	8 637
24.	Pakan Labuah	770	1 547	1 648	3 221	2 738
25.	Kubu Tanjung	357	747	771	1 518	1 666
26.	Ladang Cangkiah	430	1 008	1 047	2 055	2 777
27.	Parit Antang	321	732	751	1 483	1 809
BUKITTINGGI		31 167	62 484	66 299	128 783	16 130

Sumber: BPS Kota Bukittinggi tahun 2018

2.3 Sejarah dan Perkembangan PT. Leafhea International Network

PT. Leafhea International merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi produk herbal yang bermanfaat sebagai obat untuk menyembuhkan masalah pada kulit sekaligus sebagai kecantikan dengan merk dagang Leafhea. Leafhea didirikan pada bulan Oktober tahun 2020, dan masih dalam perkembangan hingga sekarang.

Kantor pusat Leafhea beralamatkan di Dayu, Jalan Garuda No 8 RT 05/28 Kel Sinduharjo, Kec Ngaglik, Kab Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55581.

Kantor pusat Leafhea selain berfungsi sebagai produsen dan pengendali distribusi, Leafhea pusat juga berfungsi sebagai akar dari jaringan Multi Level marketing Leafhea. Dalam mendirikan dan menjalankan usaha, Leafhea memiliki empat unsur penting yang mesti diwujudkan, yaitu:

- Visi : Menjadi yang terbesar dalam nilai. Penjualan yang memberikan layanan dan kepuasan kepada konsumen.
- Misi : Memberdayakan generasi dan menghadirkan pengalaman berbelanja terbaik untuk kehidupan yang lebih baik.
- Tujuan : Menciptakan sumber daya manusia yang kompeten yang mampu bekerja dan siap membuka lapangan kerja bagi orang lain.
- Sasaran : Kemudahan mengembangkan lapangan pekerjaan yang memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

Produk yang launching ketika Leafhea berdiri adalah sabun herbal (*leafhea gluta soap*). Kemudian diikuti dengan serum (*leafhea brightening serum*) pada bulan April 2021 dan baru-baru ini Leafhea kembali melaunching produk yaitu cream Leafhea (*leafhea nourish cream*) yang berfungsi sebagai pelembab untuk

semua jenis kulit. Jadi saat ini ada tiga jenis produk Leafhea yang dipasarkan dan dikenalkan keseluruh masyarakat Indonesia. Berikut penampakan dari produk Leafhea :

Gambar 2. 1

Produk Herbal Leafhea



Sumber : Data Sekunder 2022

Penyebaran katalog dan promosi dilakukan dari dari mulut ke mulut, maksudnya tanpa perlu menggunakan media iklan dan hanya memanfaatkan testimoni dan ajakan untuk menggunakan produk Leafhea. Dengan kegiatan obrolan yang intens antara individu-individu mengenai Leafhea, maka masyarakat menjadi paham apa itu Leafhea, bagaimana cara pemakaian Leafhea, serta memahami manfaat dari Leafhea baik dalam perawatan maupun bisnisnya. Selain memasarkan katalog Leafhea, cara menjualkan Leafhea bisa melalui *gathering* dari rumah ke rumah dengan membawa barang yang akan di presentasikan atau dipromosikan untuk menarik para pembeli.

2.3.1 Sekilas Perkembangan Bisnis Leafhea di Kota Bukittinggi

Awal mula berdirinya bisnis Leafhea di Kota Bukittinggi diawali dengan pendirian kantor distributor Leafhea untuk wilayah Sumatera Barat. Leafhea menempatkan paling kurang satu unit stockist disetiap provinsi di Indonesia supaya kegiatan distribusi semakin terorganisir. Stockist Leafhea di wilayah Sumatera Barat berlokasi di Kota Bukittinggi, dengan artian Stockist Bukittinggi ini sebagai satu-satunya pusat kendali Leafhea di Sumatera Barat. Selisih umur perusahaan dengan Leafhea Bukittinggi adalah satu bulan, dimana Leafhea Bukittinggi dimulai bulan November 2020 sementara perusahaan pada bulan Oktober 2020. Alamat stockist Leafhea Bukittinggi berada di Jl. Sultan Syahrir, Jembes, Kota Bukittinggi, dekat dengan Lapangan Wirabraja.

Stockist Leafhea Bukittinggi merupakan kepemilikan pribadi bukan perusahaan. Untuk mendirikan stockist Leafhea, owner (distributor) harus memiliki lisensi dari perusahaan dalam upaya untuk mematenkan bahwa stockist ini merupakan outlet resmi Leafhea di wilayah Sumatera Barat. Owner stockist Leafhea Bukittinggi ini adalah Ibu Aminah. Beliau menyewa sebuah toko untuk dijadikan stockist produk herbal, yang mana salah satu produk nya adalah Leafhea. Sebelum bisnis Leafhea hadir, beliau sudah lama menjalankan bisnis produk herbal berbasis MLM seperti Bio Cypress.

Sistem masuknya barang Leafhea tidak melalui agen, tetapi langsung di order Ibu Aminah ke Leafhea pusat. Kemudian barang diantarkan melalui ekspedisi dan tiba dalam tiga atau lima hari. Inilah kelebihan MLM dibandingkan perusahaan

konvensional, yang menggunakan agen dalam kegiatan distribusi. MLM membuat kegiatan lebih efisien karena dapat meminimalisir biaya dan waktu.

Untuk menjadi stockist, Bu Aminah wajib menyetok barang sebanyak 200 paket dengan dana pribadi, satu paket barang pada waktu itu adalah sebesar Rp. 250.000,-. Dengan kata lain dana yang harus dikeluarkan Bu Aminah sebagai modal awal adalah sebanyak Rp 50.000.000,-. Selanjutnya produk Leafhea yang sudah berada di stockist akan dibeli oleh reseller untuk dijualkan kepada para konsumen.

2.3.2 Bonus atau Tambahan Pendapatan

Di Leafhea ada dua jenis income yang didapatkan oleh member, yaitu: aktif income dan pasif income. Aktif income didapat dari penjualan produk Leafhea dimana reseller mendapatkan keuntungan sebanyak lima ribu sampai sepuluh ribu perbuahnya. Sedangkan pasif income didapat *member* dari kegiatan MLM Leafhea.

Harga satu paket produk Leafhea adalah Rp. 300.000,- dan benefit yang didapatkan setiap pembelian satu paket adalah:

- 1 hak usaha (mendapat web untuk promosi, dan akun dalam jaringan mlm)
- Setiap belanja ulang, mendapatkan bonus Rp. 50.000,-
- Bonus sponsor Rp. 50.000,- ketika mengajak teman menjadi *member* (*downline*)
- Bonus pasangan Rp. 20.000,- apabila *downline* berpasangan kiri kanan
- Keuntungan jual eceran Rp. 100.000,-

Keuntungan di atas merupakan pasif income apabila *member* melakukan kegiatan MLM Leafhea. Agar lebih jelasnya perhatikan gambar berikut:

Gambar 2. 2

Marketing Plan Leafhea

07

MARKETING PLAN

BONUS SPONSOR
Bonus Senilai 50.000 Ketika Anda Berhasil Merefrensikan Mitra Baru, Atau Ketika Anda Melakukan Cloning

BONUS PASANGAN
Bonus Senilai 20.000 Ketika Terjadi Pasangan, Sehari Maximal 150 Pasang Atau Maximal 3jt/Hari

BONUS AKTIVASI RO
Bonus Senilai 50.000 Ketika Anda Aktivasi Plan RO, Setelah Aktivasi Berkesempatan mendapatkan Reward RO

KETENTUAN BONUS :

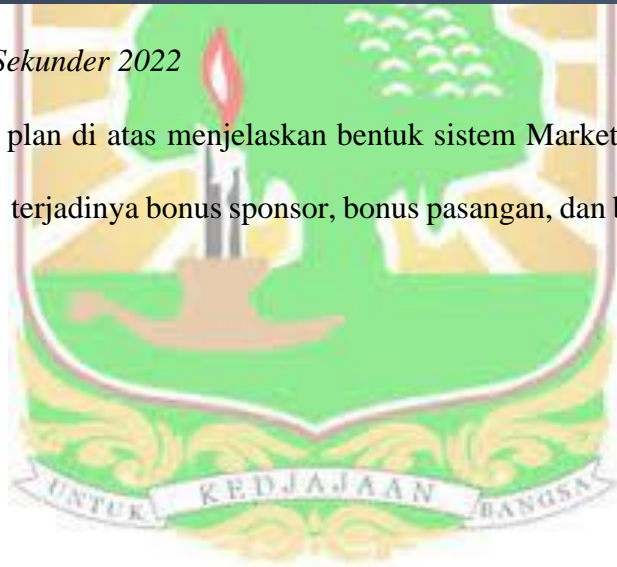
- Bonus di transfer otomatis tanpa wd
- Minimal transfer bonus pasangan 5 pasang (100.000)
- Bonus di transfer harian
- Potongan bonus 10%
- 1 ID satu NIK, satu rekening dan satu nomor hp, namun penambahan ID tanpa batas dengan cara cloning dengan peletakan sisi luar sebelah kiri atau kanan ID utama.
- Tiap mendapat bonus 1.5 juta wajib melakukan cloning ID, (mendapat bonus sponsor 50rb dan pasangan 20rb), Tapi jika belum melakukan cloning, maka bonus akan terpending.
- Titik Point Reward RO downline terbaca setelah melakukan RO pribadi.

Business

B O S LEAFHEA

Sumber : Data Sekunder 2022

Marketing plan di atas menjelaskan bentuk sistem Marketing Plan Leafhea, yaitu bagaimana terjadinya bonus sponsor, bonus pasangan, dan bonus aktivasi RO (repeat order).



BAB III

JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK HERBAL LEAFHEA KOTA BUKITTINGGI

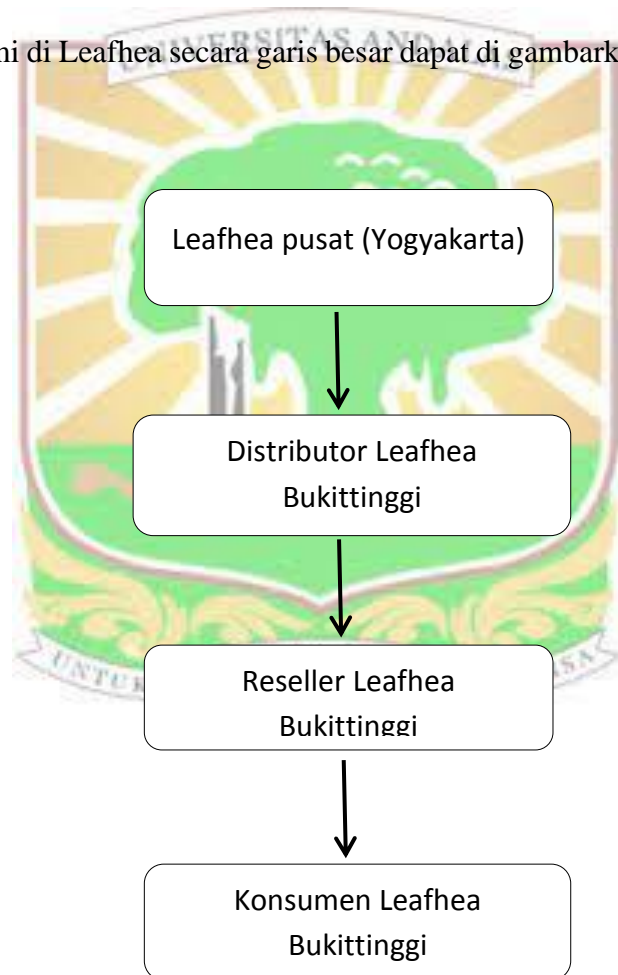
Pada bab ini, peneliti mendeskripsikan mengenai hasil dari temuan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan dan observasi. Temuan data menguraikan informasi-informasi yang di dapat dari informan dalam bentuk kata-kata atau pendapat. Seperti yang telah dijelaskan pada bab 1, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk jaringan sosial para aktor Leafhea dalam bisnis produk herbal Leafhea Kota Bukittinggi. Sedangkan tujuan khusus yang pertama adalah untuk mendeskripsikan aktor pelaku sebagai subjek dan objek jaringan sosial Leafhea di Kota Bukittinggi, tujuan kedua adalah untuk mendeskripsikan jaringan sosial antar aktor khususnya waktu, jumlah dan tempat transaksi, dan tujuan ketiga adalah untuk mendeskripsikan jaringan sosial yang sudah terbentuk di antara aktor.

Dalam penelitian ini informan yang dipilih secara keseluruhannya berjumlah sepuluh orang dan merupakan warga yang bertempat tinggal di Kota Bukittinggi. Sembilan orang informan tersebut terdiri dari satu orang perwakilan Leafhea pusat di Yogyakarta yang bertugas melakukan distribusi barang ke Bukittinggi, satu orang distributor atau owner stokist Leafhea Bukittinggi, tiga orang reseller Leafhea Bukittinggi, dan empat orang konsumen Leafhea Bukittinggi dan satu orang informan pengamat yaitu karyawan stokist Leafhea Bukittinggi.

3.1 Aktor Pelaku Jaringan Sosial Leafhea

Jaringan sosial merupakan hubungan yang terjalin di antara banyak individu atau kelompok, yang di dalamnya terdapat kerjasama yang bisa bersifat formal ataupun informal. Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, maka diketahui bahwa pola jaringan aktor produk herbal Leafhea yaitu jaringan antara Leafhea pusat dengan distributor, jaringan antara distributor dengan reseller, dan jaringan antara reseller dengan konsumen. Jaringan aktor yang terlibat dalam kegiatan ekonomi di Leafhea secara garis besar dapat di gambarkan sebagai berikut :

:



Dari bagan di atas dapat diketahui bahwa hubungan antara aktor leafhea adalah berbentuk vertikal. Dimulai interaksi oleh distributor yang menyetok barang kepada leafhea pusat, kemudian setelah barang sampai akan diletakkan di rak

display stokist. Nantinya reseller akan datang untuk membeli barang yang akan mereka jual kepada konsumen. Mekanisme tersebut secara alami terjadi secara berurutan dari atas ke bawah. Konsumen tidak bisa membeli produk kepada distributor karena distributor hanya menjual secara grosir. Begitupula reseller tidak bisa menyetok produk langsung ke pusat karena harus menjadi distributor terlebih dahulu. Sementara waktu dan tempat transaksi yang dilakukan oleh para aktor tergantung pada kondisi saat akan transaksi, menyesuaikan keadaan masing-masing individu. Bisnis MLM Leafhea menciptakan jaringan yang lebih kuat antara *up line* dan *down line*, karena didasari oleh perasaan saling membutuhkan dari kegiatan ekonomi leafhea yang tidak hanya sekedar menjualkan barang.

3.1.1 Leafhea Pusat dengan Distributor

Dalam jaringan komponen terpenting adalah adanya simpul-simpul (ikatan) yang saling berhubungan satu sama lain. Pada jaringan yang kuat ikatan antar simpul haruslah kuat. Jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan sebagai suatu simpul atau ikatan (Damsar, 2009:158).

Dalam sebuah usaha yang menghasilkan barang, ada mekanisme hulu ke hilir yang bermula dari produsen hingga konsumen. Jaringan sosial aktor pemasaran Leafhea dimulai dari produsen yang berada di Yogyakarta.

Dalam proses distribusi barang produk leafhea, aktor yang terlibat ialah distributor dan orang yang memiliki wewenang untuk mendistribusikan barang dari leafhea pusat. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan, keduanya sudah lama saling mengenal. Perkenalan yang sudah lama tersebut menjadikan proses distribusi

lebih terarah dan bertahan dalam waktu yang lama. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh informan Bu Afrida yang merupakan staff leafhea pusat yang memiliki wewenang atas distribusi barang ke Bukittinggi yaitu:

“Saya kenal bu Aminah sudah dari lama karena kita berada dibidang yang sama. Beliau udah lama juga di mlm herbal, bio cypress itu. Terus setelah grand opening leafhea, beliau langsung tertarik jadi master stokist leafhea di Bukittinggi” (Afrida, wawancara 18 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa antara Leafhea pusat dengan distributor sudah lama saling mengenal bahkan sebelum perusahaan leafhea ada. Rasa keterikatan dan kepercayaan yang sudah lama terbentuk membuat mereka bertahan menjadi rekan bisnis meskipun tidak hanya dalam satu merek dagang. Sebab mencari *talent* yang mampu diajak bekerja sama sesuai ekspektasi bukanlah perkara mudah, itulah mengapa ibu Afrida mau mengajak ibu Aminah untuk menjalankan bisnis MLM bersama. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Bu Aminah selaku distributor yaitu:

“Kalau dalam bisnis leafhea ini, bu Afrida yang ada di pusat itu jaringan ante untuk bisa berhubungan dengan leafhea pusat, dan untungnya ante juga sudah kenal secara personal dengan beliau dalam bisnis yang lain sebelum leafhea ini. jadi kalau sama beliau ante transaksi untuk distribusi barang juga lancar saja” (Aminah, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan Ibu Aminah selaku distributor tersebut dapat diketahui bahwa bu Aminah memiliki jawaban yang sama dengan Ibu Afrida yang merupakan orang yang ada di Leafhea pusat. Jaringan yang terbentuk diantara mereka terjadi karena kesamaan kepentingan dalam bisnis, yaitu bisnis mlm herbal. Karena hubungan yang sudah lama terbentuk ini ada rasa saling percaya dan dorongan untuk terus menjadi mitra bisnis.

3.1.2 Distributor dengan Reseller

Tahapan sampai nya barang leafhea dari hulu hingga ke hilir tentunya melewati tahapan di distributor. Setelah barang sampai di stokist, barang di letakkan didalam rak *display* untuk menunggu para reseller yang ingin menyetok produk. Reseller yang bergabung dalam bisnis Leafhea dan bisa mengenal distributor, rata-rata mengaku dikenalkan dari orang lain baik itu keluarga, teman atau tetangga. Seperti yang dikatakan oleh informan Bu Deni Susanti yang merupakan reseller sebagai berikut :

“Saya dikenalkan oleh uni pit tetangga saya, beliau udah duluan gabung ke leafhea.” (Deni Susanti, wawancara 21 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa Uni Pit sebagai perantara dari distributor dengan reseller. Uni Pit sebagai informan yang sudah berbisnis di leafhea adalah tetangga dari informan. Hal ini menjadi bukti bahwa jaringan yang dikenal masing-masing aktor memiliki dampak membawa mereka kedalam jaringan yang baru. Seperti yang dialami oleh informan Bu Dewi yang juga merupakan reseller yaitu:

“Saya itu taunya dari oleh teman yang sering langganan catering di saya. Saya penasaran kenapa beliau sering pesan, emang untuk acara apa. Jadi beliau mengajak saya ke acara tersebut, lumayan juga bisa kenal orang baru.” (Dewi, wawancara 21 Juni 2022)

Dari penjelasan informan tersebut diketahui bahwa pelanggan Bu Dewi ini merupakan *member* leafhea yang sedang memesan catering untuk acara leafhea. Karena sudah mengenal pelanggan catering nya, maka Bu Dewi bersedia ikut ke dalam acara leafhea yang sifatnya terbuka bagi siapa saja yang ingin bergabung.

Hal ini menandakan jaringan yang dimiliki reseller atau distributor membawa mereka untuk saling bekerjasama dalam bisnis leafhea.

3.1.3 Reseller dengan Konsumen

Dalam kegiatan ekonomi tentu melibatkan peran antara penjual dan pembeli. Jaringan terbangun oleh reseller dan konsumen terjadi karena ada rasa saling membutuhkan. Dimana reseller membutuhkan konsumen agar barang nya laris, sementara konsumen membutuhkan barang untuk dipakai.

Konsumen yang berlangganan pada reseller berasal dari latar belakang yang berbeda karena pekerjaan reseller yang tidak hanya menjalankan bisnis leafhea sehingga reseller sering bertemu dengan orang lain di pekerjaan yang lain. Hal tersebut sesuai dengan pengakuan informan yang merupakan reseller yaitu sebagai berikut:

“Ada banyak, kebanyakan pelanggan lama saya yang biasa belanja di toko. Mulai dari guru, bidan, aparat sipil negara, pedagang, ibu-ibu pkk, anak sekolah, sampai mahasiswa. Dari segala kalangan lah ya, tua dan muda tetap membeli. Ada yang saya kenal secara personal ada juga yang tidak karena saya jualan di toko soalnya” (Ema Novita, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan informan tersebut dapat diketahui bahwa konsumen dari informan berasal dari orang-orang yang berlatar belakang yang berbeda-beda seperti ASN (aparat sipil negara), guru, ibu rumah tangga, bidan, hingga anak sekolah dan mahasiswa. Hubungan antara informan dengan konsumen diketahui terbentuk karena pekerjaan utama informan yang selalu berinteraksi dengan konsumen. Selain itu kasus terbentuknya jaringan antara reseller dengan konsumen karena pekerjaan utama yang sering berinteraksi dengan konsumen juga terjadi pada informan Ibu Dewi yaitu sebagai berikut:

“pelanggan catering saya rata-rata konsumen leafhea saya. Karena saya selalu menaruh stok barang leafhea di etalase rumah. Jadi kalau mereka kerumah selalu menanya itu produk apa, jadi kadang ada yang berakhir membeli dan menjadi member leafhea. Mereka itu kebanyakan pegawai dan mahasiswa.” (Dewi, 20 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa reseller menemukan konsumen tanpa sengaja dari jaringan yang sudah ia miliki sebelumnya yaitu dari bisnis catering nya. Konsumen sudah sering berinteraksi dengan reseller, dan karena ada hubungan yang dekat maka konsumen dengan mudah membeli produk bahkan bergabung menjadi *member* leafhea melalui reseller tersebut.

Selain aktor reseller, penulis juga mengumpulkan informasi dari konsumen mengenai aktor pelaku jaringan sosial Leafhea. Penjelasan dari konsumen mengenai hal tersebut yaitu sebagai berikut:

“Akak tahu dari buk Deni pelanggan cendol akak juga. akak berteman dengan beliau di facebook. Lalu postingan tentang leafhea nya bikin akak penasaran. Kebetulan akak butuh produk untuk wajah suami akak. Maka akak messenger beliau. akak mau coba satu sabunnya. Besoknya beliau mengantarkan ke tempat kak berjualan di aur.” (Rhika Diasmile, wawancara 21 Juni 2022)

Dari penjelasan informan diatas dapat diketahui bahwa perkenalan reseller dengan konsumen terjadi karena reseller mempunyai pekerjaan lain selain bisnis Leafhea. Informan Rhika adalah pedagang cendol di Pasar Aur Kuning Bukittinggi, sedangkan informan Bu Deni merupakan reseller Leafhea yang sering belanja cendol pada informan Rhika. Karena sudah saling mengenal dan berinteraksi di dunia nyata, kedua informan juga saling berteman di sosial media yaitu facebook. Dari postingan facebook Reseller yang sering aktif tersebutlah Rhika mengetahui tentang Leafhea. Karena kebetulan Rhika membutuhkan produk untuk wajah suaminya, maka Rhika menghubungi Reseller untuk menanyakan tentang Leafhea, setelah tertarik akhirnya Rhika ingin mencoba satu produknya. Keesokan harinya

barang Rhika terima dengan sistem COD dengan Bu Deni langsung yang mengantarkan.

3.2 Jaringan Sosial Antar Aktor Khususnya Waktu, Tempat dan Jumlah Transaksi

Transaksi yang dilakukan aktor Leafhea yang akan dijelaskan meliputi waktu, tempat dan jumlah transaksi itu sendiri. Setiap transaksi yang dilakukan berbeda-beda, tergantung kebutuhan dan keadaan masing-masing aktor.

3.2.1 Waktu transaksi

Seperti yang sudah dijelaskan, waktu transaksi Leafhea yang dilakukan masing-masing aktor berbeda-beda, ada aktor yang melakukan transaksi dengan rutin dalam satu kali sebulan, atau ketika produk habis saja, dan bahkan ketika dibutuhkan saja. Berikut wawancara penulis dengan informan mengenai waktu transaksi:

“Distribusi ke Sumatera Barat kami menggunakan cargo, lebih hemat karena kuantitas barangnya besar. Karena bu Mimin setiap bulan itu selalu ngestok barang paling sedikit 20 paket, kurang lebih 10kg.” (Afrida, wawancara 18 Juni 2022)

Dari penjelasan informan diatas, dapat diketahui bahwa distributor selalu rutin restok barang satu kali sebulan. Karena distributor memiliki banyak reseller maka barang yang ada di stokist sering kehabisan, memungkinkan bagi distributor untuk menyetok barang Leafhea dalam jumlah yang besar. Bu Aminah selaku distributor juga menjelaskan mengenai waktu transaksi yaitu sebagai berikut:

“Awalnya ante transfer dulu, setelah itu barang dikirim melalui cargo. Paling cepat 3 hari dan lama 5 hari barangnya sudah sampai. Ante menyetok barang itu sekali sebulan, itupun sering kehabisan stok” (Aminah, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa waktu transaksi yang dikatakan ibu Aminah sama seperti jawaban ibu Afrida selaku Leafhea pusat. Bu Aminah selalu menyetok barang satu sakali sebulan dengan menggunakan jasa cargo. Diketahui pula barang sampai paling cepat tiga hari dan paling lama lima hari.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, informan reseller juga merupakan bagian dari aktor yang sama-sama melakukan transaksi. Berikut wawancara penulis dengan reseller yaitu sebagai berikut:

“biasanya saya datang langsung ke stokist untuk beli barang ketika sudah habis. Saya biasanya stok 3 paket, kalau ada konsumen yang order lebih dan stok tidak cukup saya beli lagi ke stokist. Stokist itu selalu ada stok, jarang kosong, kalau pun ada paling kosong dua hari. Menyetok barang saya selalu cash, karena bu mimin langsung catat di pembukuannya” (Deni Susanti, wawancara 21 Juni 2022)

Dari informasi yang di berikan informan Bu Deni Susanti selaku reseller, beliau melakukan transaksi hanya ketika stok barang nya sudah habis. Biasanya Bu Deni order kepada distributor sebanyak tiga paket, dan ketika kehabisan maka Bu Deni memesan lagi kepada distributor. Hal yang sama juga di lakukan oleh konsumen berikut yaitu membeli hanya ketika produk leafhea nya sudah habis yaitu:

“saya belinya ketika sudah habis saja, biasanya sabun leafhea itu bisa saya gunakan sampai 1 bulan, itu saja pagi dan malam saya pakai. Berarti satu sekali sebulan lah paling cepat saya order lagi” (Nil Hakim Mulfi, wawancara 22 Juni 2022)

Dari penjelasan informan Nil yang merupakan konsumen tersebut, beliau membeli produk Leafhea hanya ketika sudah habis. Satu produk bisa digunakan untuk satu bulan sehingga informan Nil melakukan transaksi kepada reseller ialah dalam waktu satu sekali satu bulan.

3.2.2 Tempat Transaksi

Informasi untuk mengetahui sebuah transaksi tidak cukup hanya dengan waktu terjadinya saja, namun juga memerlukan informasi mengenai dimana tempat transaksi tersebut berlangsung. Sama halnya dengan transaksi Leafhea, para aktor melakukan transaksi di tempat yang sesuai dengan kondisinya masing-masing, seperti di stokist Leafhea Bukittinggi, di pasar, dan ada yang di rumah atau di kediaman para aktor. Berikut informasi dari informan yang penulis wawancarai mengenai tempat transaksi Leafhea yaitu sebagai berikut:

“Reseller yang tinggal di bukittinggi biasanya langsung ke stokist. Kalau yang diluar daerah ante kirimkan barangnya melalui ekspedisi.” (Aminah, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa transaksi yang dilakukan distributor ke pada reseller adalah tergantung kepada siapa tujuan reseller yang membeli tersebut. Jika reseller merupakan orang yang berada di luar daerah, maka Bu Aminah selaku distributor akan mengirimkan barangnya dengan ekspedisi. Sementara untuk reseller yang bertempat tinggal di Bukittinggi, bisa langsung datang ke stokist untuk menyetok barang.

Sementara antara reseller dengan konsumen, tempat berlangsungnya transaksi Leafhea diantara mereka dapat diketahui dari wawancara berikut yaitu:

“Transaksi dengan cod, paling sering saya yang mengantarkan ke konsumennya, tapi ada juga konsumen nya yang jemput ketempat saya, tergantung keadaannya. Kalau si pembeli sempat menjemput, lebih bagus, tapi kalau tidak bisa biar saya yang antarkan selagi saya tidak ada halangan. Lagipula saya juga memang sering keluar rumah.” (Deni Susanti, wawancara 21 Juni 2022)

Informan Dewi juga mengatakan:

“biasanya saya cod diantar ke alamat konsumennya, atau mereka yang jemput kerumah” (Dewi, wawancara 21 Juni 2022)

Dari hasil wawancara dengan informan Bu Deni dan Bu Dewi yang merupakan reseller Leafhea, reseller lebih sering melakukan transaksi dengan konsumen dengan cara COD (*Cash On Delivery*). Transaksi nya dilakukan ditempat reseller atau konsumen, sesuai kondisi masing-masing. Apabila konsumen sempat menjemput barang yang akan dibeli ke tempat reseller, maka COD nya di rumah reseller saja. Namun bila konsumen tidak sempat menjemput, maka reseller bisa mengantarkan ke tempat konsumen apabila reseller tidak memiliki halangan. Tempat dilakukannya transaksi antara reseller dengan konsumen tersebut bersifat fleksibel sesuai dengan kesanggupan masing-masing aktor, tidak diharuskan siapa yang menemui siapa, dan dimana diharuskan transaksi tersebut dilakukan, alias menyesuaikan kondisi aktor.

Hal yang sama mengenai tempat transaksi juga dikatakan oleh informan konsumen yaitu:

“transaksi nya di tempat kak jualan cendol (Pasar Aur Kuning) atau dirumah. Kalau kak mau beli ulang, akak kabari beliau. Nanti cod aja” (Rhika Diasmile, wawancara 21 Juni 2022)

Informan konsumen selanjutnya juga menceritakan hal yang sama yaitu:

“Anggun yang datang kerumah ante itu kak, karena ante itu ada dirumah terus. Dan anggun sering keluar rumah pakai motor. Cod dirumah beliau aja kak” (Anggun Febriza, wawancara 22 Juni 2022)

Dari penjelasan informan konsumen diatas pola berlangsungnya tempat transaksi antara reseller dengan konsumen sama-sama menyesuaikan dengan keadaan masing-masing aktor. Informan konsumen Rhika mengakui transaksi dilakukan di tempat nya berjualan cendol di Pasar Aur Kuning apabila reseller bisa melakukan COD disana. Namun apabila reseller tidak bisa mengantar ke tempat nya berjualan, maka Rhika lah yang menjemputnya ke rumah reseller. begitu pula

dengan konsumen Anggun, Anggun mengakui lebih sering melakukan transaksi di rumah reseller karena menurutnya reseller selalu ada di rumah nya. Selain itu informan Anggun memang sering keluar rumah menggunakan motor, memungkinkannya untuk bisa melakukan transaksi di rumah reseller tanpa ada halangan.

3.2.3 Jumlah Transaksi

Selain waktu dan tempat terjadinya transaksi, ada satu elemen lain yang melengkapi informasi mengenai transaksi, yaitu jumlah dari transaksi tersebut. Penulis sudah melakukan transaksi dengan aktor mengenai jumlah transaksi yang mereka lakukan, yaitu sebagai berikut:

“Distribusi ke Sumatera Barat kami menggunakan cargo, lebih hemat karena kuantitas barangnya besar. Karena bu Mimin setiap bulan itu selalu ngestok barang paling sedikit 20 paket, kurang lebih 10kg.” (Afrida, wawancara 18 Juni 2022)

Hal yang sama juga dikatakan oleh informan berikut:

“Ante menyetok barang itu sekali sebulan sebanyak 20 paket, itupun sering kehabisan stok” (Aminah, wawancara 19 Juni 2022)

Dari pengakuan informan di atas dapat diketahui bahwa jumlah transaksi yang di lakukan oleh distributor adalah paling sedikit 20 paket untuk satu kali sebulan. Namun apabila kehabisan barang di stokist, maka distributor mau tidak mau kembali menyetok kepada Leafhea pusat agar stokist tidak terlalu lama mengalami kekosongan barang.

Selain itu para reseller juga memiliki jumlah transaksi yang berbeda-beda tergantung kebutuhan masing-masing. Berikut hasil wawancara penulis dengan informan:

“Kalau proses nya saya langsung datang ke stokist saja dan beli tiga paket. sekarang kan udah ada produk serum dan cream nya. Jadi saya beli sesuai kebutuhan di kedai. Kadang lima atau sepuluh paket” (Ema Novita, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa sebelumnya informan Ema Novita melakukan transaksi sebanyak tiga paket ketika produk yang baru dirilis itu adalah sabun Leafhea saja. Namun semenjak produk serum dan cream Leafhea sudah terbit, maka informan Ema Novita menambahkan belanjanya kepada distributor sebanyak lima hingga sepuluh paket sesuai kebutuhan di toko nya. Penambahan jenis produk Leafhea memberikan efek kepada informan Ema Novita untuk menambah stok jualannya.

Adapun selanjutnya informasi yang penulis dapatkan dari konsumen mengenai jumlah transaksi, yaitu:

“mila belinya sesuai kebutuhan saja kak, paling satu aja. Kalau ada uang berlebih mila beli dua untuk serap satunya lagi.” (Salsamila, wawancara 22 Juni 2022)

Dari penjelasan informan konsumen Salsamila tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah transaksi Leafhea adalah sesuai kebutuhan, namun jika informan memiliki dana yang berlebih maka informan bisa membeli satu buah lagi sebagai cadangan. Dari penjelasan informan Salsamila mengenai jumlah transaksi Leafhea sesuai kebutuhan, hal yang sama juga dilakukan oleh informan konsumen lainnya yaitu diketahui dari sebagai berikut:

“biasanya saya order semua produknya, totalnya kan ada tiga. Ada sabun, serum, dan cream. Suami saya juga menggunakannya, sama kayak saya. Jadi total nya ada enam buah. Tapi kalau sabun belinya satu kali sebulan, karena cepat habis, kalau serum dan cream penggunaannya bisa sampai 2 bulan karena digunakan pas malam saja” (Nil Hakim Mulfi, wawancara 22 Juni 2022)

Dari informasi yang di ceritakan oleh informan konsumen Nil Hakim Mulfi di atas, dapat diketahui bahwa informan melakukan transaksi untuk pembelian

sabun untuk diri nya dan suami. Setelah Leafhea merilis produk baru berupa serum dan cream, maka informan Nil juga turut membeli untuk diri sendiri dan suami nya. Kesimpulannya jumlah dari setiap transaksinya di Leafhea adalah sebanyak enam produk.

3.3 Jaringan Sosial Yang Sudah Terbentuk di antara Aktor

Jaringan sosial aktor Leafhea yang sudah terbentuk di antara nya adalah berupa hubungan kesamaan tempat tinggal, hubungan kekeluargaan, dan hubungan rekan kerja. Selain itu dalam jaringan sosial aktor Leafhea, ada keterlekatan yang terjadi di antara para aktor nya. Mengenai jaringan sosial yang sudah terbentuk ini akan penulis jelaskan dalam sub bab berikut.

3.3.1 Hubungan Kesamaan Wilayah Tempat Tinggal

Jaringan yang terjalin diantara aktor Leafhea merupakan jaringan yang terbentuk karena tinggal dalam satu wilayah yang sama, yaitu kota Bukittinggi. Banyak bisnis mlm dimana memernya yang bertempat tinggal dalam wilayah yang berbeda sehingga jangkauan untuk berinteraksi secara nyata kurang. Berbeda dengan distributor dan reseller Leafhea Bukittinggi, kesamaan tempat tinggal dalam satu wilayah membuat mereka sering akan sering berhubungan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan berikut yaitu :

“Kami semua juga sering bertemu di acara kumpul-kumpul leafhea misal di rumah mitra atau di stokist, kami gak ke hotel atau restoran biar praktis dan hemat”
(Wawancara Dewi, 21 Juni 2022)

Dari penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa kesamaan wilayah tempat tinggal membuat mereka berada dalam hubungan yang baik sebagai reseller dan distributor. Selain itu, kesamaan wilayah tempat tinggal membuat akses reseller

untuk menemui distributor untuk konsultasi maupun menyetok produk lebih mudah dan dekat. Seperti yang dipaparkan informan bu Ema Nofita yang merupakan reseller sebagai berikut:

“Kalau proses transaksi saya langsung datang ke stokist saja dan beli beberapa paket.” (Wawancara Ema Novita, 19 Juni 2022)

Dari wawancara informan di atas, diketahui informan bisa langsung datang ke stokist untuk melakukan transaksi barang. Jaringan karena kesamaan tempat tinggal yang mereka alami membuat kemudahan dalam bisnis leafhea yang mereka jalani karena distributor tidak perlu mengepak barang dan mengantarnya ke cargo atau ekspedisi paket seperti yang dilakukan distributor terhadap reseller diluar daerah.

Selain itu dalam menemukan konsumen, jangkauan yang terdekat dari reseller ialah orang yang tinggal dalam satu daerah yaitu tetangga. Tetangga dapat menjadi langkah awal bagi reseller untuk mengembangkan bisnis karena tetangga merupakan orang terdekat dalam kehidupan reseller selain keluarga. Hubungan tersebut sesuai dengan wawancara informan berikut :

“dari kakak mila, dia makai produk leafhea ini juga kak. Makanya di rekomendasikannya ke mila makai dan beli ke ante des tetangga mila. ada wa nya kak tapi jarang mila chat karna ante des tu dirumah terus. Kalau mau bicara sama ante tu langsung kerumah nya aja mila kak” (Salsamila, wawancara 22 Juni 2022)

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa konsumen memiliki tempat tinggal yang dekat dengan reseller. Dalam langkah awal melakukan promosi, reseller terlebih dahulu menjangkau orang disekitarnya seperti keluarga dan tetangga sebelum melangkah ke lingkungan yang lebih luas lagi. Dalam di atas konsumen Salsamila mendapatkan informasi mengenai produk leafhea dari kakak nya, ketika ia sedang ingin menggunakan perawatan wajah. Karena tetangga nya

adalah penjual produk herbal dimana produknya cocok dengan kualifikasi informan Salsamila, ia langsung mencoba produk tersebut. Karena sebuah informasi tidak cukup untuk di dapat hanya dari internet atau orang yang kurang dikenal. Dan ketika informan tahu kalau tetangga nya yang menjual produk yang ia butuh kan, ia langsung mencobanya. Selain itu transaksi barang juga tidak sulit karena rumah konsumen dengan penjual yang berdekatan dan mereka saling mengenal.

Terkait hubungan tempat tinggal yang sama dimana perkenalan tidak dibutuhkan lagi antara konsumen dengan reseller juga dialami oleh informan Anggun yaitu sebagai berikut:

“dulu penjual herbal leafhea ini adalah tetangga anggun dirumah sebelumnya. Jadi nggun sudah kenal dengan beliau, ndak perlu kenalan lagi kak” (Anggun Febriza, wawancara 22 Juni 2022)

Selain itu informan Anggun menambahkan:

“dari teman ibu anggun, beliau jualan sabun ini. tapi sekarang anggun enggak order ke beliau lagi karena sudah enggak jualan. Jadi anggun disarankan untuk order pindah ke temannya saja kak. Karena anggun nggak mau tukar produk lagi karena sudah terbiasa sama produk herbal leafhea ini.” (Anggun Febriza, wawancara 22 Juni 2022)

Dari penjelasan konsumen Anggun tersebut dapat diketahui bahwa reseller merupakan tetangga nya dirumah sebelumnya. Walaupun sekarang sudah pindah rumah, namun jaraknya tidak jauh karena masih satu wilayah. Hubungan antara informan dengan reseller juga dekat karena sudah lama kenal karena merupakan tetangga jadi ketika mereka bertemu untuk transaksi, interaksi mereka tetap berjalan lancar.

3.3.2 Hubungan Rekan Kerja

Jaringan yang terjadi di antara reseller dengan distributor merupakan jaringan yang terbentuk karena adanya hubungan ekonomi. Distributor adalah pelaku yang menjadi penyalur produk yang akan dijual oleh reseller kepada konsumen. Hubungan reseller dengan distributor tidak semata-mata karena reseller membutuhkan produk atau distributor membutuhkan reseller untuk menghabiskan stok nya, namun di atas hubungan jual beli tersebut ada hubungan yang lebih kuat karena pengaruh posisi sebagai *up line* dan *down line* dalam bisnis mlm leafhea. Reseller yang sudah bergabung menjadi *member* leafhea dan menjadi *down line*, membutuhkan bantuan dan arahan dari distributor mengenai bagaimana cara menjalankan sistem mlm leafhea dengan benar agar bisa menghasilkan bonus yang banyak. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan informan Bu Deni Susanti yang merupakan reseller yaitu :

“Bu Mimin (distributor) itu terlihat bisa di percaya saat memberikan ilmu ke saya. Beliau mau merangkul down line yang ingin belajar seperti saya. Saya sebelumnya juga pernah join mlm, tapi sayang leader nya tidak merangkul, setelah kami join mereka biarkan saja. Terasa bedanya kalau sama bu mimin ini. Selain itu disini kita menjual produk herbal yang sudah jadi kebutuhan di masyarakat” (Deni Susanti, wawancara 21 Juni 2022)

Dari penuturan informan tersebut, dapat diketahui bahwa dalam bisnis leafhea seorang reseller memiliki dua posisi. Posisi pertama sebagai reseller dimana menjual produk herbal (serum, sabun, cream) kepada konsumen. Yang kedua sebagai *down line* yang belajar dari *up line* tentang bagaimana cara mendapatkan bonus mlm. Distributor melakukan perannya sebagai *up line* dengan benar sehingga informan merasa bahwa keputusannya untuk bergabung ke dalam bisnis leafhea tidak sia-sia. Terkait bagaimana bekerjanya jaringan antara distributor dengan

reseller dalam peran *up line* dan *down line* juga dijelaskan oleh Bu Ema Novita yang merupakan reseller, yaitu:

“link keatas juga perlu supaya proses menyetok barang saya gak ada kendala. Karena penyalur barang hanya bu mimin (distributor) di sini. Saya juga kalau mau mengembangkan skill belajarnya dari beliau.” (Ema Novita, wawancara 19 Juni 2022).

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan ini, diketahui bahwa distributor ini merupakan satu-satunya distributor leafhea di Bukittinggi bahkan Sumatera Barat. Semua *down line* atau reseller tidak hanya si informan menyetok produk melalui Bu Aminah selaku distributor. Jaringan yang terbentuk di antara distributor dan reseller dibangun karena hubungan mereka sebagai *up line* dan *down line*.

3.3.3 Hubungan Kekeluargaan

Selain dari jaringan yang terbentuk karena latar pekerjaan reseller, ada jaringan yang kuat antara reseller dengan konsumen yaitu jaringan yang terbentuk karena hubungan keluarga. Sebagaimana penjelasan dari informan berikut yaitu:

“Dari adik ibu saya, beliau reseller leafhea. Jadi pas beliau datang ke rumah, beliau membawa stok produk leafhea, untuk di tawarkan ke keluarga dirumah. Setelah dijelaskan ini dan itu saya tertarik dan akhirnya mencoba, sampai sekarang juga masih pakai” (Nil Hakim Mulfi, wawancara 22 Juni 2022)

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa jaringan yang terjalin antara reseller dengan konsumen adalah dimulai dari hubungan terdekat yaitu hubungan keluarga. Keluarga dapat menjadi konsumen tetap dari reseller dan bahkan keluarga juga membantu reseller untuk mempromosikan produknya. Karena hubungan keluarga ini reseller yang awalnya mulai merintis bisnis bisa mudah mengembangkan dengan bantuan keluarga baik membantu mengenalkan kepada kenalan atau sebagai konsumen.

3.3.4 Hubungan Aktor dalam Konsep Keterlekatan Struktural

Keterlekatan struktural dalam jaringan sosial aktor Leafhea Bukittinggi terjadi di antara Leafhea pusat dengan distributor, dan antara distributor dengan Reseller Leafhea Bukittinggi.

Yang pertama adalah keterlekatan struktural yang terjadi di antara Leafhea Pusat dengan Distributor Bukittinggi. Hubungan ekonomi dalam aktivitas perdagangan di antara keduanya terdapat aturan main. Seperti yang terjadi pada distributor, untuk memulai karir sebagai distributor leafhea maka diharuskan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan leafhea. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan informan dalam wawancara yaitu :

“Di leafhea tu syarat jadi distributor itu harus menyetok barang sebanyak 200 paket. Waktu itu satu paketnya dua ratus lima puluh ribu rupiah. Jadi modalnya lima puluh juta rupiah. Itu juga yang bikin ante satu-satunya distributor di Sumbar, karena yang lain belum berani mengeluarkan uang pribadi sebesar itu.” (Aminah, wawancara 19 Juni 2022)

Dari penjelasan yang disampaikan oleh informan Bu Aminah selaku distributor, dapat diketahui bahwa jika ingin menjadi distributor maka harus menyetok barang sebanyak 200 paket. Setelah barang dibayar tanpa ada cicilan barang akan di kirimkan dari Yogyakarta menuju stokist leafhea di Kota Bukittinggi melalui cargo. Di stokist barang ditaruh untuk dijual kepada para reseller. Kegiatan ekonomi tersebut di lakukan berulang-ulang dan terorganisir karena bentuk hubungan antara aktor bersifat terstruktur. Selain itu keterlekatan struktural antara aktor leafhea pusat dengan distributor juga terjadi karena leafhea merupakan perusahaan multi level marketing. Mereka terlibat dalam hubungan *up line* dan *down line* yang terstruktur pula. Setiap distributor menyetok produk maka

distributor sudah mendapatkan bonus sebanyak berapa paket yang ia stok, dan leafhea pusat yang merupakan *up line* dari distributor turut mendapatkan bonus mlm dari aktivitas RO (re order) yang dilakukan distributor. Karena itu keterlekatan di antara aktor leafhea pusat dengan distributor leafhea Bukittinggi merupakan keterlekatan terstruktur karena interaksi mereka sama-sama untuk menghasilkan pemasukan yang besar.

Selanjutnya adalah keterlekatan struktural di antara distributor dengan reseller Leafhea Bukittinggi. Hubungan ekonomi yang terjalin di antara distributor dengan reseller merupakan yang dilibatkan karena struktur sosial. Pola interaksi antara distributor dengan reseller dalam aktivitas perdagangan terdapat aturan main. Yaitu bila ingin menyetok barang, maka reseller harus terlebih dahulu membayarnya ke distributor yang menjadi pemasok barang dalam kegiatan ini.

Ibu Deni Susanti yang merupakan reseller menjelaskan bagaimana proses transaksi saat menyetok barang ke stokist (distributor) yaitu sebagai berikut :

“biasanya saya datang langsung ke stokist untuk beli barang. Saya biasanya stok 3 paket, kalau ada konsumen yang order lebih dan stok tidak cukup saya beli lagi ke stokist. Stokist itu selalu ada stok, jarang kosong, kalau pun ada paling kosong dua hari. Menyetok barang saya selalu cash, karena bu mimin langsung catat di pembukuannya” (Deni Susanti, wawancara 21 Juni 2022)

Dari penjelasan informan tersebut dapat diketahui bahwa untuk mendapatkan barang, reseller harus membeli terlebih dahulu kepada distributor di stockist. Transaksi harus lunas dengan kata lain tidak berhutang untuk mendapatkan barang. Dimaksudkan agar orderan reseller bisa dicatat ke pembukuan stokist dengan status selesai.

Keterlekatan struktural antara distributor dengan reseller juga terbentuk karena ada hubungan bisnis yang terstruktur yaitu hubungan *up line* dan *down line* dalam bisnis multi level marketing. Jika ingin menjadi reseller maka seseorang harus bergabung menjadi *member* di leafhea dengan membeli minimal satu paket produk. Dengan begitu reseller dapat menikmati bonus dengan melaporkan kepada distributor setiap RO (Re-Order) barang yang ia lakukan. Ini karena bonus yang didapat reseller tidak bisa diproses sendiri, karena setiap orderan paket perlu konfirmasi distributor leafhea Bukittinggi.

Selain itu untuk menjalankan bisnis Leafhea tidak semua orang yang bisa mahir dalam MLM, maka distributor bersedia untuk memberikan pembelajaran untuk reseller. Hal tersebut sesuai dengan wawancara dengan informan berikut yaitu:

“hubungan nya ya cukup dekat lah ya, soalnya bisnis kita ini kan tidak hanya jual beli saja tapi juga membutuhkan kerjasama antar pihak. Kalau ada reseller yang ingin bertanya mengenai bisnis leafhea atau mau reorder mereka boleh langsung datang ke stokis atau japri (chat) saja untuk bertanya-tanya” (Fitmawati, wawancara 3 Agustus 2022)

Dari hasil wawancara dan observasi di ketahui bahwa distributor menyediakan barang berupa produk herbal leafhea untuk dijual secara eceran oleh reseller. Karena interaksi yang stabil dan terorganisir dalam transaksi dan pencairan bonus mlm leafhea yang memiliki aturan main membuat keterlekatan di antara distributor dengan reseller merupakan keterlekatan struktural.

3.3.5 Hubungan Aktor dalam Konsep Keterlekatan Relasional

Keterlekatan relasional dalam jaringan sosial aktor Leafhea Bukittinggi terjadi di antara reseller dengan konsumen. Hubungan yang terjalin di antara

reseller dengan konsumen merupakan hubungan pelanggan yaitu penjual dan pembeli. Dalam hubungan pelanggan terjadi hubungan interpersonal antar penjual dan pembeli yang melibatkan berbagai aspek. Hubungan langganan bermula dari pencarian pembeli terhadap kepastian dan keakuratan informasi terhadap suatu barang dan jasa. Dalam pasar yang tidak sempurna, informasi yang pasti dan akurat ternyata tidak mudah untuk memperolehnya. Oleh sebab itu, pembeli berusaha mencari penjual yang mau berbagi informasi dengannya. Jika penjual mau berbagi informasi dengan pembeli maka harus ada kepastian bahwa penjual memperoleh keuntungan dari berbagai informasi tersebut dari pihak pembeli.

Keadaan saling berbagi antara penjual dan pembeli dalam hubungan pelanggan tersebut terjadi antara hubungan antara reseller dengan konsumen produk herbal leafhea. Dimana situasi yang dilalui oleh reseller dalam memperoleh pelanggan dalam hubungan relasional sesuai dengan yang dijelaskan oleh Ibu Deni Susanti yaitu sebagai berikut:

“yang sering beli tetangga saya, ada juga pedagang di pasar. Saya kalau ke pasar sering bawa stok produk, lumayan banyak yang beli ketika saya tawarkan. Ada pedagang sayur, pedagang ayam potong, pedagang bahkan tukang parkir juga membeli. Tukang bangunan di dekat rumah saya juga jadi konsumen sabun herbal”
(Deni Susanti, wawancara 21 Juni)

Dari penjelasan informan tersebut dapat diketahui bahwa reseller pergi ke pasar sambil membawa produk leafhea. Reseller menawarkan dagangan dan memberikan informasi terkait produk herbal leafhea yang ia jual kepada konsumen. Dan konsumen sendirilah yang menentukan untuk membeli setelah mendapat informasi mengenai produk yang dijual reseller. Aktivitas ekonomi tersebut terjadi pula pada konsumen yang merupakan tukang bangunan yang bekerja di dekat

rumah informan. Informan mengatakan bahwa tukang bangunan tersebut mendatanginya untuk menanyakan tentang sabun leafhea seperti bagaimana cara menggunakannya, apa saja manfaatnya dan berapa harganya. Setelah itu tukang bangunan tersebut memutuskan untuk membeli. Karena interaksi yang intens dari pembagian informasi yang menguntungkan reseller inilah yang membuat keterlekatan diantara reseller dengan konsumen merupakan keterlekatan relasional.



BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah di analisis maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aktor pelaku jaringan sosial Leafhea di Kota Bukittinggi berupa jaringan yang berawal dari hulu hingga ke hilir. Dimulai dari Leafhea pusat, kemudian distributor Leafhea Sumatera Barat yang berada di Kota Bukittinggi, di lanjut dengan reseller Leafhea Bukittinggi, dan terakhir adalah konsumen Leafhea yang berada di Kota Bukittinggi.
2. Adapun waktu, tempat dan jumlah transaksi yang di lakukan oleh para aktor adalah menyesuaikan keadaan masing-masing. Waktu transaksi bagi aktor biasanya hanya ketika mereka kehabisan atau satu kali sebulan. Untuk tempat transaksi adalah di stokist Leafhea Bukittinggi, rumah atau tempat usaha reseller, dan rumah atau tempat konsumen bekerja. Jumlah transaksi bagi distributor setiap bulannya adalah sebanyak 20 paket. Sedangkan jumlah transaksi oleh reseller adalah sebanyak 2 hingga 3 paket dalam satu kali transaksi. Terakhir, jumlah transaksi yang dilakukan oleh konsumen adalah satu produk saja atau hingga enam produk dengan jenis yang berbeda-beda (sabun, serum, dan cream).
3. Jaringan sosial yang sudah terbentuk di antara para aktor adalah hubungan kesamaan tempat tinggal, Hubungan rekan kerja, dan hubungan kekeluargaan. Selain itu hubungan yang sudah terbentuk di antara para aktor dapat

dikonsepkan dalam hubungan keterlekatan struktural dan keterlekatan relasional.

4.2 Saran

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, berikut saran yang dapat penulis berikan, yaitu:

1. Bagi para aktor leafhea diharapkan agar selalu menjaga hubungan antara *up line* dengan *down line* beserta konsumennya untuk kelangsungan bisnis Leafhea. Karena Leafhea tidak hanya sebatas jual beli barang saja, tapi aspek multi level marketing mengharuskan setiap *member* Leafhea saling berkomunikasi dengan baik dan berkesinambungan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta: Raja Grifindo Persada.
- Baudrillard, Jean P. 1970. *Masyarakat Konsumsi L societe de consummation*. Denoel, 1970.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar, 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Damsar, 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Damsar, Indrayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana
- Field, John. 2003. *Social Capital*. London:Routledge. Kreasi Wacana Offset.
- Fukuyama. 1995. *Trust. Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam.
- Granovetter, M. *The Impact of Social Structure on Economic Outcomes*. Jurnal Ekonomi Perspektif-Volume 19, Nomor 1-Winter 2005-Pages 33-50
- Hartono, Sri Redjeki. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Hawaij, Taesar, dkk. 2021. *Manfaat Olahan Tanaman Herbal*. Tasikmalaya: Langgam Pustaka.
- Iswidharmanjaya, Derry. 2012, *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lawang, Robert M.Z. 2004. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologis Suatu Pengantar*. Depok: FISIP UI Press.
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Odop, Nistains. 2007. *Menjadi MLMers Dahsyat*, Edisi Pertama. Jakarta: MEDPRESS.

Oktavianus Yudistira Nyotoprabowo. 2014. *The Biggest Secret To Success In MLM Finally Revealed (Kiat Sukses dalam Bisnis MLM)*, Edisi Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Oxford Learner's Pocket Dictionary, Forth Edition. 2018. Halaman 208.

Putnam, R. D. (1995). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. *Journal of Democracy*, 6:65-78.

Ritzer, George & Goodman, Douglas. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.

Santoso, Benny. 2006. *ALL ABOUT MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, Edisi kedua, Jakarta: Andi Publisher.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.

Syafi, Ahmad. 2013. *Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

T. Puji Rahayu. 2019. *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Semarang: ALPRIN

Jurnal/Skripsi/Tesis:

Ardianti Dhini, Winne Wardiani, Latifah Adnani. 2021. "PKM Pemasaran Online Pada Usaha Sabun Herbal Di Kota Bandung", Universitas Pasundan.

Chen, Q. 2009. Evaluate The Effectiveness of The Natural Cosmetic Product Compared to Chemical-Based Products. *International Journal of Chemistry*.

Diana, Sunarti. Pembinaan Pelaku Usaha Kreatif dan Pengrajin Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. 2019. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta*.

Edria, Muhammad Rafii. Analisis Jaringan Modal Sosial Kopi Bukit Apit. 2021. (Studi Di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi). Skripsi. FISIP. Universitas Andalas.

- Ida Bagus Wiradinata. 2014. Peran Support System Dalam Mendukung Keberhasilan Distributor (Studi Pada Perusahaan Multi Level Marketing Tianshi Di Kota Singaraja Pada Tahun 2013). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pendidikan Ganesha Sigaraja, Indonesia*. Vol: 4 Nomor:1
- Kementrian Kesehatan. 2012. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. No.006. Vol. 66, Issue 2).
- Luh Putu Ratih Andhini. 2013. “Pelatihan AMT (Achievement Motivation Training) Untuk Meningkatkan Motivasi Berprestasi Pada Member Perusahaan MLM (Multi Level Marketing)”, Universitas Surabaya.
- Mar’atus Sholihah. 2013. Orientasi Karir Orang-Orang Sukses Dalam Bisnis Multi Level Marketing Avail. *Jurnal Psikologi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Ningrum, Triwik Alfia., dan Muhammad Turhan Yani, “Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang di Wilayah Ampel Surabaya:”, *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.
- Nuhlia, Rama. Jaringan Sosial Pada Pengusaha Kopi Bubuk Di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makasar.
- Pratiwi, Kartika Adie. Modal Sosial Pada Multi Level Marketing Tupperware Di Kota Semarang. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
- Purwanto, Antonius. “Peranan Jaringan Sosial dalam Klaster Industri. *Jurnal Ilmu Admnnistrasi*. 2017. 9 (3). Pp. 46-55, Hal.2
- Rini, Hartati Sulisty. 2012. Perilaku Ekonomi Dalam Jejaring Masyarakat Konsumsi Perkotaan. *Jurnal Forum Ilmu Sosial. Jurnal FIS (Forum Ilmu Sosial)*, Volume 39, No.2 Desember 2012. Universitas Negeri Semarang.
- Shivanand, P., Nilam, M., Viral, D. 2010. Herbs Play an Important Role in The Field of Cosmetics. *International Journal Of Pharm Tech Research*.

Internet:

- World Health Organization. 2003. “Traditional Medicine, <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs134/en/> , diakses pada 28 November 2021 pukul 21:19.

Lampiran 01

Daftar Riwayat Hidup

1. Data pribadi

Nama : Anggi Afriliza Putri

Tempat, tanggal lahir : 13 April 2000

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. Bypass, Koto Bawah, Kelurahan Pulau Anak
Air, Kota Bukittinggi

Nomor hp : 085271200130

Email : afrilizaanggi@gmail.com

2. Riwayat pendidikan

2006-2012 : SD N 16 Tarok Dipo

2012-2015 : SMP N 2 BUKITTINGGI

2015-2018 : SMA N 3 BUKITTINGGI

2018-2022 : S1 Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas

3. Riwayat organisasi

1. Anggota OISB (Organisasi Seni Budaya) Periode 2016-2017

2. Anggota Somasi Himpunan Mahasiswa Sosiologi Periode 2019

Lampiran 02

PEDOMAN WAWANCARA JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK HERBAL LEAFHEA KOTA BUKITTINGGI

Informan Pelaku

A. Leafhea Pusat

Hari/Tanggal :

Waktu :

Lokasi :

Identitas informan

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin :

4. Pendidikan :

5. Pekerjaan :

6. Alamat :

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan anda mulai bergabung dalam bisnis leafhea?
2. Apakah bisnis ini adalah pekerjaan utama anda?
3. Selain ke Sumatera Barat, kemana saja anda mendistribusikan produk leafhea?
4. Berapa banyak distributor yang dimiliki oleh leafhea?
5. Seberapa penting relasi atau jaringan dalam perkembangan usaha leafhea?
6. Bagaimana promosi leafhea untuk wilayah Jawa khususnya Yogyakarta?
Apakah sama dengan yang ada di Sumatera Barat?



7. Bagaimana sistem transaksi dari distribusi barang dari produk herbal leafhea?
8. Bagaimana hubungan yang terjalin dengan distributor Bukittinggi?
9. Seberapa pengaruh jaringan atau relasi dalam bisnis mlm leafhea?
10. Apakah covid-19 memiliki dampak pada distribusi atau kegiatan di leafhea?

B. Distributor Leafhea Bukittinggi/ Owner stockist

Hari/Tanggal :

Waktu :

Lokasi :

Identitas informan

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin :

4. Pendidikan :

5. Pekerjaan :

6. Alamat



Pertanyaan

1. Kapan anda mulai menjalankan bisnis leafhea ini?
2. Apakah bisnis leafhea merupakan pekerjaan utama?
3. Mengapa anda memilih menjadi distributor leafhea untuk sumatera barat dan menempatkannya di Kota Bukittinggi?
4. Berapa banyak reseller (downline) yang anda miliki saat ini?
5. Dari daerah mana saja di Sumatera Barat reseller (*down line*) ibu berasal?
6. Apakah ibu juga memiliki konsumen atau reseller yang berada di luar Sumatera Barat? Jika ada, di daerah mana saja?
7. Berapa modal awal yang ibu keluarkan untuk membuka bisnis leafhea ini?
8. Berapa omset yang ibu dapatkan dari bisnis leafhea ini?

9. Apakah relasi atau jaringan sangat berpengaruh dalam pencapaian omset tersebut?
10. Bagaimana cara pembagian bonus mlm kepada para reseller (*down line*)?
11. Bagaimana proses transaksi barang dari pusat hingga ke leafhea Bukittinggi?
12. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda sebagai distributor dengan leafhea pusat?
13. Bagaimana anda menjalin hubungan dengan reseller (*down line*) dalam menjalankan bisnis leafhea Bukittinggi?
14. Bagaimana proses transaksi barang pada reseller leafhea (*down line*)?
15. Apakah keuntungan yang dihasilkan juga berasal dari reseller (*down line*) di luar Sumatera Barat? Jika iya, Bagaimana hubungan yang terjalin antara ibu sebagai distributor dengan reseller tersebut? Dan bagaimana awal mula ibu bisa mendapatkan reseller (*down line*) dari luar Sumatera Barat?
16. Apa tindakan yang anda lakukan saat ingin mengajak member baru bergabung ke leafhea?
17. Bagaimana ibu menjaga agar reseller (*down line*) betah dan semangat menjalankan bisnis mlm leafhea?

C. Reseller Leafhea Bukittinggi (*downline*)

- Hari/Tanggal :
Waktu :
Lokasi :
Identitas informan
1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :
6. Alamat :

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan awal mula anda bergabung di bisnis leafhea?
2. Siapa yang pertama kali mengenalkan bisnis leafhea ini kepada anda?
3. Mengapa anda memilih bergabung dalam bisnis leafhea?
4. Apakah bisnis leafhea ini menjadi mata pencaharian utama?
5. Apakah relasi atau jaringan sangat berpengaruh untuk penghasilan ibu/bapak dalam menjalankan bisnis leafhea ini?
6. Apakah ibu pernah mendapatkan konsumen dengan cara di kenalkan?
7. Saat pertama kali mengenal leafhea, apakah anda langsung bergabung menjadi reseller?
8. Berapa modal yang bapak/ibu keluarkan saat pertama kali bergabung?
9. Berapa omset yang didapat dari bisnis leafhea?
10. Bagaimana proses transaksi anda dengan konsumen?
11. Bagaimana proses mengambil barang dari distributor/stokist (*up line*) anda?
12. Bagaimana sikap antara anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* dalam menjalankan bisnis leafhea?
13. Bagaimana hubungan anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* di luar bisnis leafhea?
14. Bagaimana hubungan anda dengan konsumen di luar transaksi produk leafhea?
15. Bagaimana hubungan dengan sesama reseller dalam menjalankan bisnis leafhea?
16. Jika terjadi kendala dalam bisnis, apakah ada penyelesaian antara upline dan downline?
17. Bagaimana hubungan anda dengan para *down line*?

D. Konsumen Produk Herbal Leafhea

Hari/Tanggal :

Waktu :

Lokasi :

Identitas informan

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin :

4. Pendidikan :

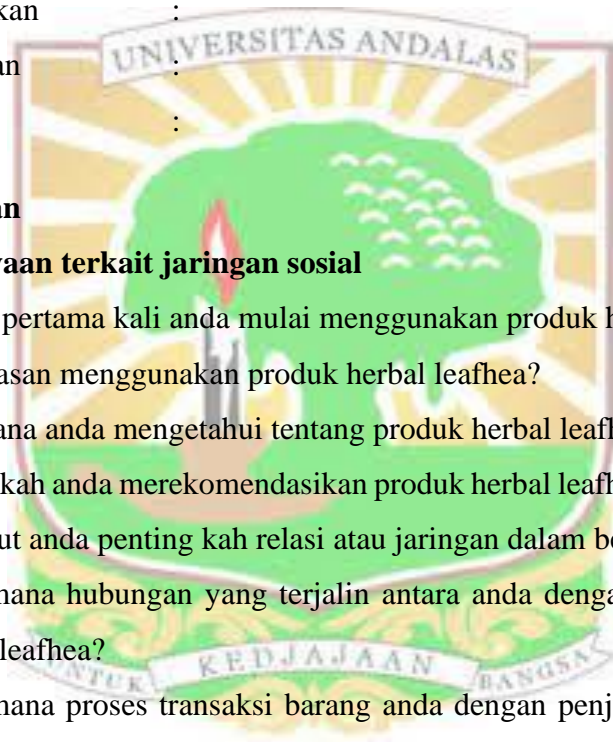
5. Pekerjaan :

6. Alamat :

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan pertama kali anda mulai menggunakan produk herbal leafhea?
2. Apa alasan menggunakan produk herbal leafhea?
3. Darimana anda mengetahui tentang produk herbal leafhea?
4. Pernahkah anda merekomendasikan produk herbal leafhea kepada teman?
5. Menurut anda penting kah relasi atau jaringan dalam berjualan?
6. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda dengan penjual produk herbal leafhea?
7. Bagaimana proses transaksi barang anda dengan penjual produk herbal leafhea?



Lampiran 03

PEDOMAN WAWANCARA JARINGAN SOSIAL AKTOR PRODUK HERBAL LEAFHEA KOTA BUKITTINGGI

Informan pengamat

A. Karyawan Stokist Leafhea Bukittinggi

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan ibu mulai bekerja di stokist Leafhea Bukittinggi?
2. Apa saja pekerjaan yang ibu lakukan di stokist leafhea?
3. Apakah menurut ibu berbisnis di leafhea ini menjanjikan?
4. Menurut ibu siapa saja yang terlibat dalam proses bisnis herbal leafhea ini?
5. Berhubung stokist Leafhea Bukittinggi ini tidak hanya menjadi distributor untuk reseller di Bukittinggi tetapi juga untuk seluruh reseller wilayah Sumatera Barat, sepengetahuan ibu kemana saja produk leafhea ini di distribusikan?
6. Menurut ibu bagaimana hubungan di antara distributor dengan orang leafhea pusat dan antara distributor dengan reseller?
7. Menurut ibu selain hubungan jual beli, apa lagi hubungan yang mengikat diantara orang-orang yang terlibat di leafhea?
8. Sepengetahuan ibu bagaimana hubungan antara distributor dengan reseller?

Lampiran 04

HASIL WAWANCARA

1. Informan pelaku

Informan 1 (Leafhea Pusat)

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 Juni 2022
Waktu : 14.00
Lokasi : Telepon

Identitas informan

1. Nama : Afrida
2. Umur : 48 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : D3 Manajemen
5. Pekerjaan : Wiraswasta
6. Alamat : Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, DIY

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan anda mulai bergabung dalam bisnis leafhea?

Jawaban : “Saya itu sebelum ada leafhea memang sudah lama bergelut dalam bisnis MLM terutama di bidang herbal, jadi pada saat leafhea ini ada ditahap pre-launching, saya udah gabung mba. Kira-kira juga seumuran leafhea ya, udah mau dua tahun”

2. Apakah bisnis ini adalah pekerjaan utama anda?

Jawaban : “Kalo bisnis MLM sih emang pekerjaan utama saya, tapi kalo leafhea enggak, karena saya juga banyak megang herbal yang lain. Enggak leafhea aja. Contohnya Biocypress. Saya kan wiraswasta jadi bisa bebas asal bisnis nya enggak mengganggu kesibukan di bisnis yang lain”

3. Selain ke Sumatera Barat, kemana saja anda mendistribusikan produk leafhea?

Jawaban : “Banyak, master stokist leafhea ini ada ditiap provinsi. Apalagi stokis nya, dalam satu provinsi paling kurang satu atau tiga stokist. Sederhana nya dari sabang sampai merauke mba”

4. Seberapa penting relasi atau jaringan dalam perkembangan usaha mlm leafhea?

Jawaban : “Penting sekali. Jaringan itu ibarat sebuah pondasi suatu bisnis, apalagi leafhea merupakan bisnis mlm mba. Karena konvensional membutuhkan banyak biaya mba, makanya dengan adanya mlm ini kita bisa meminimalisir pengeluaran, makanya penting banget menggunakan koneksi dan kenalan yang kita miliki mba. ”

5. Bagaimana promosi leafhea untuk wilayah Jawa khususnya Yogyakarta? apakah sama dengan yang ada di Sumatera Barat?

Jawaban : “Kalo di sini, kita masih satu wilayah. Karena itu sering diadakan seminar atau acara kumpul-kumpul mba. Tapi sayangnya kemarin kami belum bisa melakukan kegiatan yang sama di Sumatera Barat karena terhambat oleh covid-19. Sekarang udah normal lagi, mungkin akan diagendakan untuk gathering di sana mba.

6. Bagaimana sistem transaksi dari distribusi barang dari produk herbal leafhea?

Jawaban : “ Distribusi ke Sumatera Barat kami menggunakan cargo, lebih hemat karena kuantitas barangnya besar. Karena bu Mimin setiap bulan itu selalu ngestok barang paling sedikit 20 paket, kurang lebih 10kg.”

7. Bagaimana hubungan yang terjalin dengan distributor Bukittinggi?

Jawaban : “Kami *pure* mitra bisnis, saya kenal beliau udah dari lama karena kita berada dibidang yang sama. Beliau udah lama juga di mlm herbal, bio cypress itu. Terus setelah *grand opening* leafhea, beliau langsung tertarik jadi master stokist leafhea di Bukittinggi.”

8. Seberapa pengaruh jaringan atau relasi dalam bisnis mlm leafhea?

Jawaban : “Sangat berpengaruh mba, kita disini enggak hanya sekedar menjual produk saja, tapi juga memupuk koneksi antar member.

Semakin banyak koneksi, semakin banyak keuntungan yang kita dapat. Makanya setiap *up line* itu harus merangkul *down line* nya, kalau komunikasi antara *up line* dengan *down line* terjaga, mereka juga yang untung mba. Makanya setiap mitra kami sering mengadakan gathering, disana kita bisa saling tahu dan mengenal orang-orang baru.”

9. Apakah covid-19 memiliki dampak pada distribusi atau kegiatan di leafhea?

Jawaban : “Mungkin kalau disini, enggak terlalu ya. Tapi bagi mitra kami yang ada diluar daerah apalagi Sumatera Barat, dampaknya cukup besar. Karena sebagai bisnis mlm, lebih afdol selalu melakukan *gathering*. Disini kami biasa *gathering* di hotel atau di rumah mitra. Jadi kegiatan tersebut belum bisa direalisasikan sampai sekarang di Sumbar karena salah satu penghalangnya adalah covid-19.”

Informan 2 (Distributor)

Hari/Tanggal : Minggu, 19 Juni 2022
Waktu : 11.00 WIB
Lokasi : Stockist Leafhea Bukittinggi

Identitas informan

1. Nama : Aminah
2. Umur : 47 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : SMA
5. Pekerjaan : Wiraswasta
6. Alamat : Jl. Teja Sukmana, Kel.Tarok Dipo, Bukittinggi

Pertanyaan

1. Kapan anda mulai menjalankan bisnis leafhea ini?

Jawaban : “Sejak bulan November tahun 2020. Satu bulan setelah perusahaan leafhea di buka. Kalau stockist ini sudah berdiri lama, sebelum ada leafhea ante juga sudah jadi distributor herbal yang lain.”

2. Apakah bisnis leafhea merupakan pekerjaan utama?

Jawaban : “Bisnis ante ada banyak, tapi masih dalam lingkup mlm herbal. Tapi saat ini leafhea lah yang paling memegang omset terbanyak dalam bisnis ante.”

3. Mengapa anda memilih menjadi distributor leafhea untuk sumatera barat dan menemukannya di Kota Bukittinggi?

Jawaban : “Ndak ada alasan khusus, karena ante sudah lama tinggal di Bukittinggi, dan toko ante udah emang ada disini juga. Kenalan ante banyak juga disini (Bukittinggi) yang mau gabung di leafhea.”

4. Berapa banyak reseller (downline) yang anda miliki saat ini?

Jawaban : “Sekitar 50 orang, tapi tidak semuanya yang aktif. Ada yang jarang aktif.”

5. Dari daerah mana saja di Sumatera Barat reseller (*down line*) ibu berasal?

Jawaban : “Dari Padang, Lubuk Basung, Pasaman Timur, Sijunjung, Ujung Gading, Pesisir Selatan, Solok, Padang Panjang, Kiliran Jao. Paling banyak itu di Payakumbuh.”

6. Apakah ibu juga memiliki konsumen atau reseller yang berada di luar Sumatera Barat? Jika ada, di daerah mana saja?

Jawaban : “Bengkulu, Aceh, Pekanbaru, Jambi, Medan, Palembang dan Batam. Mereka lebih kenal ante makanya mau jadi *down line* ante.”

7. Berapa modal awal yang ibu keluarkan untuk membuka bisnis leafhea ini?

Jawaban : “Di leafhea tu syarat jadi distributor itu harus menyetok barang sebanyak 200 paket. Waktu itu satu paketnya dua ratus lima puluh ribu rupiah. Jadi modalnya lima puluh juta rupiah. Itu juga yang bikin ante satu-satunya distributor di Sumbar, karena yang lain belum berani mengeluarkan uang pribadi sebesar itu.”

8. Berapa omset yang ibu dapatkan dari bisnis leafhea ini?

Jawaban : “Ada lah lebih satu milyar. Yang membuat ante bisa mencapai segitu karena bonus jaringan mlm nya juga gila-gilaan. Karena *down line* ante banyak yang aktif, maka ante ikut keciprat bonusnya.”

9. Apakah relasi atau jaringan sangat berpengaruh dalam bisnis leafhea?

Jawaban : “Bagi ante, malah relasi tu lebih penting dari uang dalam bisnis apalagi bisnis mlm. Ante dulu udah sering mengalami jatuh bangun, ketika ante harus memulai lagi dari nol, hanya koneksi dan bantuan dari orang yang ante manfaatkan sebaik-baiknya. Dalam hp ante ini ada banyak kontak kenalan, kalau hp ante hilang, yang ante khawatirkan hanya kontaknya saja. Kontak-kontak kenalan itu ibarat modal bagi ante.”

10. Bagaimana cara pemberian bonus mlm kepada para reseller (*down line*)?

Jawaban : “kita kan dapat bonus kalau terjadi pasangan dalam jaringan kita, atau pas kita membeli produk baru (cloning) atau pas mengajak orang lain. Jadi kalau reseller mau mengambil bonus, mereka datang ke stockist atau chat ante di wa saja. Setelah beberapa saat bonus nya akan sampai ke mereka, gampang aja.”

11. Bagaimana proses transaksi barang dari pusat hingga ke leafhea Bukittinggi?

Jawaban : “Awalnya ante transfer dulu, setelah itu barang dikirim melalui cargo. Paling cepat 3 hari dan lama 5 hari barangnya sudah sampai. Ante menyetok barang itu sekali sebulan sebanyak 20 paket, itupun sering kehabisan stok”

12. Bagaimana hubungan antara anda dengan leafhea pusat?

Jawaban : “dalam mlm ante merupakan *down line* mereka, jadi mereka sebagai *up line* selalu melobi bagaimana perkembangan bisnis leafhea di sini. Karena ante mereka juga mendapatkan bonus, intinya kami saling menjaga hubungan yang baik lah”

13. Bagaimana anda menjalin hubungan dengan reseller (*down line*) dalam menjalankan bisnis leafhea Bukittinggi?

Jawaban : “ante posisinya sebagai *up line* bagi para reseller. Maka itu mereka ante rangkul terus untuk bisa mengembangkan bisnis ini. karena kita kan yang mengajaknya maka harus kita yang bertanggung jawab agar mereka bisa mendapatkan profit seperti yang diharapkan di awal. Jadi ante selalu menjaga komunikasi, siapa yang mau datang ke stokist boleh, atau berbincang di grup wa juga”

14. Bagaimana proses transaksi barang pada reseller leafhea (*down line*)?

Jawaban : “reseller yang tinggal di bukittinggi biasanya langsung ke stokist. Kalau yang diluar daerah ante kirimkan barangnya melalui ekspedisi. Setelah transaksi, ante daftarkan username jaringan dan password nya, jadi nanti setelah terdaftar mereka langsung dapat bonus sponsor. Begitu pun ante ikut dapat bonus pasangan kalau mereka berada di kiri dan kanan jaringan ante”

15. Bagaimana awal mula ibu bisa mendapatkan reseller (*down line*) dari luar Sumatera Barat?

Jawaban : “seperti yang dikatakan tadi ante memanfaatkan koneksi. Jadi kenalan ante mengenalkan temannya kepada ante. Atau juga ada yang kenal ante melalui sosmed saat ante promosi produk leafhea”

18. Bagaimana cara anda menjaga hubungan dengan reseller (*down line*)?

Jawaban : “gak hanya sebatas komunikasi karena bisnis ya, ante selalu mengusahakan berhubungan diluar bisnis juga. Misalnya kalau ante atau reseller ada acara kondangan, kita saling mengundang. Begitupun kalau ada musibah, kita saling membantu. Kalau ada yang sakit atau meninggal, kalau tidak berhalangan kami selalu datang menjenguk atau melayat. Terus kalau ada reseller yang belum punya uang tapi butuh produk untuk dijualkan, ante mau meminjamkan, nanti uangnya disetor diakhir. Tidak semua mitra juga, karena ante melihat kepercayaan dulu.”

Informan 3 (Reseller)

Hari/Tanggal : Selasa, 21 Juni 2022

Waktu : 16.00

Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Deni Susanti

2. Umur : 42 tahun

3. Jenis Kelamin : Perempuan

4. Pendidikan : SMA

5. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

6. Alamat : Pakan Kurai, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan awal mula anda bergabung di bisnis leafhea?

Jawaban : “Desember 2020”

2. Siapa yang pertama kali mengenalkan bisnis leafhea ini kepada anda?

Jawaban : “Saya dikenalkan oleh uni pit tetangga saya, beliau udah duluan gabung ke leafhea.”

3. Mengapa anda memilih bergabung dalam bisnis leafhea?

Jawaban : “Karena distributor nya bu Mimin terlihat bisa di percaya saat memberikan ilmu ke saya. Beliau mau merangkul *down line* yang ingin belajar seperti saya. Saya sebelumnya juga pernah join mlm, tapi sayang leader nya tidak merangkul, setelah kami join mereka biarkan saja. Terasa bedanya kalau sama bu mimin ini. Selain itu disini kita menjual produk herbal yang sudah jadi kebutuhan di masyarakat”

4. Apakah bisnis leafhea ini menjadi mata pencaharian utama?

Jawaban : “bukan juga, ini sebagai usaha sampingan lah di saya.”

5. Apakah relasi atau jaringan sangat berpengaruh untuk penghasilan ibu/bapak dalam menjalankan bisnis leafhea ini?

Jawaban : “iya, semakin banyak kenalan semakin beruntung kita di bisnis mlm ini”

6. Apakah ibu pernah mendapatkan konsumen melalui orang lain?

Jawaban : “pernah. Dulu ada teman sesama reseller leafhea tapi beliau jarang aktif. Saat itu konsumennya ingin membeli sabun, tapi beliau tidak punya stok. Maka beliau menyarankan konsumennya membeli ke saya saja dan berlanjut hingga sekarang.”

7. Saat pertama kali mengenal leafhea, apakah anda langsung bergabung menjadi reseller?

Jawaban : “Tidak juga, saya waktu itu mikir-mikir dulu. Tapi Bu Mimin mengajak saya untuk bergabung ke dalam grup wa saja dulu. Biar bisa melihat aktivitas member disitu. Seminggu setelah itu saya melihat gigih juga membeernya jadi beli saja satu paket niatnya untuk jualan, serunya itu saya langsung dapat satu hak member aktif.”

8. Berapa modal yang bapak/ibu keluarkan saat pertama kali bergabung?

Jawaban : “waktu itu harga satu paket 250.000, isinya 16 sabun”

9. Siapa saja yang menjadi konsumen anda?

Jawaban : “yang sering beli tetangga saya, ada juga pedagang di pasar. Saya kalau ke pasar sering bawa stok produk, lumayan banyak yang beli ketika saya tawarkan. Ada pedagang sayur, pedagang ayam potong, pedagang sembako, bahkan tukang parkir juga membeli. Tukang bangunan di dekat rumah saya juga jadi konsumen sabun herbal”

10. Bagaimana proses transaksi anda dengan konsumen?

Jawaban : “transaksi dengan cod, paling sering saya yang mengantarkan ke konsumennya, tapi ada juga konsumennya yang jemput ketempat saya, tergantung keadaannya. Kalau si pembeli sempat menjemput, lebih bagus, tapi kalau tidak bisa biar saya yang antarkan selagi saya tidak ada halangan. Lagipula saya juga memang sering keluar rumah, ”

11. Bagaimana proses mengambil barang dari distributor/stokist (*up line*) anda?

Jawaban : “biasanya saya datang langsung ke stokist untuk beli barang ketika sudah habis. Saya biasanya stok 3 paket, kalau ada konsumen yang order lebih dan stok tidak cukup saya beli lagi ke stokist. Stokist itu selalu ada stok, jarang kosong, kalau pun ada paling kosong dua hari. Menyetok barang saya selalu cash, karena bu mimin langsung catat di pembukuannya”

12. Bagaimana sikap antara anda dengan distributor (*up line*) dalam menjalankan bisnis leafhea?

Jawaban : “kalau dengan bu mimin (*up line*), sangat baik. Apapun yang ingin dikonsultasi kan beliau menjelaskannya dengan rinci. Kalau dengan *down line*, juga baik, tapi mereka jarang aktif jadi saya ga sering ke ciprat bonus *down line*.”

13. Bagaimana hubungan anda dengan distributor (*up line*) di luar bisnis leafhea?

Jawaban : “dengan *up line* kalau diluar bisnis, beliau seperti teman. Kalau ada acara kami selalu saling mengundang. Begitupun dengan *down line*”

14. Bagaimana hubungan anda dengan para konsumen di luar transaksi produk leafhea?

Jawaban : “diluar transaksi, hubungannya macam-macam. Karena konsumen saya ada yang masih sangkut paut keluarga, atau ada juga teman dan tetangga.”

15. Bagaimana hubungan dengan sesama reseller leafhea?

Jawaban : “kami saling bantu ya. paling sering kenalan nya karena bertemu di stokist. Kalau ada yang butuh bantuan dan sanggup kami bisa saling bantu.”

16. Jika terjadi kendala dalam bisnis, apakah ada penyelesaian antara *upline* dan *downline*?

Jawaban : “Ada. Contohnya saat bonus terpending, jadi bu mimin bantu menyelesaikan selaku *up line*. Atau pas produk nya abis di stokist, bu mimin meminjam beberapa paket ke stokist punya *down line* nya yang di biaro”

17. Bagaimana hubungan anda dengan para *down line*?

Jawaban : “Baik. Kan saya yang bawa mereka ke dalam bisnis ini. jadi saya juga yang harus mengajari dan merangkul. Kalau ada kendala saya selalu bantu menyelesaikan jika memungkinkan”

Informan 4 (Reseller)

Hari/Tanggal : Senin, 21 Juni 2022
Waktu : 14.00
Lokasi : Rumah informan

Identitas informan

1. Nama : Dewi
2. Umur : 48 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : SMA
5. Pekerjaan : Usaha catering kecil dan reseller leafhea
6. Alamat : Aur Tajungkang, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan awal mula anda bergabung di bisnis leafhea?

Jawaban : “pada bulan November 2020”

2. Siapa yang pertama kali mengenalkan bisnis leafhea ini kepada anda?

Jawaban : “saya itu taunya dari oleh teman yang sering langganan catering di saya. Saya penasaran beliau sering pesan, emang untuk acara apa. Jadi beliau mengajak saya ke acara tersebut, lumayan juga bisa kenal orang baru.”

3. Mengapa anda memilih bergabung dalam bisnis leafhea?

Jawaban : “awalnya kak mau coba keberuntungan aja dek, karna produknya juga bagus. Banyak juga yang sudah berhasil di bisnis mlm nya. kakak kan ada usaha catering, dan sering ketemu customer. Sambil menyelam minum air ceritanya. Selain itu kalo di leafhea kita gak sekedar jualan saja, tapi menambah koneksi dengan orang-orang hebat.

4. Apakah bisnis leafhea ini menjadi mata pencaharian utama?

Jawaban : “tidak, saya ada usaha catering juga dirumah.”

5. Apakah relasi atau jaringan sangat penting dalam menjalankan bisnis leafhea?

Jawaban : “iya penting dek, karna kalau hanya memanfaatkan modal uang saja gak akan berjalan bisnis ini. kakak juga butuh bantuan dan kontribusi dari *up line* dan teman reseller lainnya. Dan juga untuk menjangkau konsumen paling sering itu didapat dari mulut ke mulut atau dikenalkan.”

6. Apakah ibu pernah mendapatkan konsumen melalui orang lain?

Jawaban : “sering sekali, rata-arata konsumen baru selalu bilang dia dikasih tahu oleh konsumen yang lama”

7. Saat pertama kali mengenal leafhea, apakah anda langsung bergabung menjadi reseller?

Jawaban : “tidak, tapi karena kakak diajak ke stockist leafhea, kakak jadi penasaran juga untuk menjalankan bisnis nya. Karena pemasukan di usaha catering belum cukup menutupi kebutuhan.”

8. Berapa modal yang bapak/ibu keluarkan saat pertama kali bergabung?

Jawaban : “waktu itu 250.000 satu box, isi 16 sabun”

9. Siapa saja yang menjadi konsumen anda?

Jawaban : “pelanggan catering saya rata-rata konsumen leafhea saya. Karena saya selalu menaruh stok barang leafhea di etalase rumah. Jadi kalau mereka kerumah selalu menanya itu produk apa, jadi kadang ada yang berakhir membeli dan menjadi member leafhea. Mereka itu kebanyakan pegawai dan mahasiswa.”

10. Bagaimana proses transaksi anda dengan konsumen?

Jawaban : “biasanya saya cod diantar ke alamat konsumennya, atau mereka yang jemput kerumah”

11. Bagaimana proses mengambil barang dari distributor/stokist (*up line*) anda?

Jawaban : “saya yang jemput ke stokist”

12. Bagaimana sikap antara anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* dalam menjalankan bisnis leafhea?

Jawaban : “kalau dengan bu mimin, beliau adalah contoh leader yang baik ya. kalau dengan *down line*, kakak rutin kasih kabar tiap hari ke dalam grup. Di leafhea bagi yang sudah punya *down line* boleh bikin grup sendiri jadi antara kakak dengan downline juga ada ruang nya sendiri. Kami semua juga sering bertemu di acara kumpul-kumpul leafhea misal di rumah mitra atau di stokist, kami gak ke hotel atau restoran biar praktis dan hemat”

13. Bagaimana hubungan anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* di luar bisnis leafhea?

Jawaban : “kalau diluar bisnis, kak dengan bu mimin kadang ketemuan, beliau juga mengundang kami kerumah nya untuk silaturahmi terutama saat hari raya”

14. Bagaimana hubungan anda dengan konsumen di luar transaksi produk leafhea?

Jawaban : “baik, beberapa konsumen adalah keluarga, teman atau tetangga kak”

Informan 5 (Reseller)

Hari/Tanggal : Rabu, 21 Juni 2022

Waktu : 11.00

Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Ema Novita

2. Umur : 44 tahun

3. Jenis Kelamin : Perempuan

4. Pendidikan : SMA

5. Pekerjaan : Pedagang obat herbal dan reseller leafhea

6. Alamat : Bukit Apit, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan awal mula anda bergabung di bisnis leafhea?
Jawaban : “Bulan november 2020”
1. Siapa yang pertama kali mengenalkan bisnis leafhea ini kepada anda?
Jawaban : “awalnya dari keluarga yang merupakan konsumen leafhea. Beliau menyuruh saya jual produknya karena katanya banyak manfaat”
2. Mengapa anda memilih bergabung dalam bisnis leafhea?
Jawaban : “untuk menambah koleksi barang sebenarnya. tapi mujur juga saya karena benefitnya banyak kalau jadi member”
3. Apakah bisnis leafhea ini menjadi mata pencaharian utama?
Jawaban : “bisa jadi ya dek, karna pemasukan saya yang besar dari leafhea”
4. Apakah relasi atau jaringan sangat berpengaruh untuk penghasilan ibu/bapak dalam menjalankan bisnis leafhea ini?
Jawaban : “perlu sekali dek, di leafhea kita kan gak sekedar jualan, tapi juga menjalankan bisnis mlm. Harus bangun link dengan orang banyak untuk menggaet pembeli atau *down line*, link keatas juga perlu supaya proses menyetok barang saya gak ada kendala. Karena penyalur barang hanya bu mimin (distributor) di sini. Saya juga kalau mau mengembangkan skill belajarnya dari beliau.”
5. Apakah ibu pernah mendapatkan konsumen dengan cara di kenalkan?
Jawaban : “pernah, kebanyakan begitu dek”
6. Saat pertama kali mengenal leafhea, apakah anda langsung bergabung menjadi reseller?
Jawaban : “iya, saya beli dua paket dulu awalnya untuk stock di toko. Letak seru nya itu karena leafhea ini bisnis mlm bukan konvensional, jadi saya dapat bonus nya terus”
7. Berapa modal yang bapak/ibu keluarkan saat pertama kali bergabung?
Jawaban : “saya beli dua paket, totalnya lima ratus ribu. Ada 32 sabun”
8. Siapa saja yang menjadi konsumen anda?
Jawaban : “Ada banyak, kebanyakan pelanggan lama saya yang biasa belanja di toko. Mulai dari guru, bidan, asn, pedagang, ibu-ibu pkk, anak

sekolah, sampai mahasiswa. Dari segala kalangan lah ya, tua dan muda tetap membeli. Ada yang saya kenal secara personal ada juga yang tidak karena saya jualan di toko soalnya”

9. Bagaimana proses transaksi anda dengan konsumen?

Jawaban : “bayar seperti biasanya. Konsumen saya belinya langsung ke kedai”

10. Bagaimana proses mengambil barang dari distributor/stokist (*up line*) anda?

Jawaban : “kalau proses nya saya langsung datang ke stokist saja dan beli tiga paket. sekarang kan udah ada produk serum dan cream nya. Jadi saya beli sesuai kebutuhan di kedai. Kadang lima atau sepuluh paket”

11. Bagaimana sikap antara anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* dalam menjalankan bisnis leafhea?

Jawaban : “kalau dengan bu mimin (distributor), beliau sering komunikasi dengan saya, meloby lah tibanya. Kalau dengan *down line*, saya kan bikin grup sendiri juga, jadi kami sharing di grup”

12. Bagaimana hubungan anda dengan distributor (*up line*) dan *down line* di luar bisnis leafhea?

Jawaban : “kalau diluar bisnis, kami seperti teman lah tibanya. Saya sering mengajak *down line* saya ke acara leafhea yang diadakan buk mimin. Jadi sudah saling kenal, kalau ngumpul gak canggung lagi”

13. Bagaimana hubungan anda dengan konsumen di luar transaksi produk leafhea?

Jawaban : “kalau itu banyak model hubungannya. Ada yang teman, ada anak sekolah, mahasiswa, tetangga atau keluarga saya yang jadi konsumennya”

14. Bagaimana hubungan dengan sesama reseller dalam menjalankan bisnis leafhea?

Jawaban : “di leafhea kami adanya hubungan *up line* dan *down line* (mendaki menurun), kalau hubungan reseller itu sudah beda lagi *up line*

nya. Jadi kalau dalam bisnis, tidak saling berefek bonus nya. Tapi kalau untuk sharing, kami sering apalagi pas acara kumpul-kumpul di stokist”

15. Jika terjadi kendala dalam bisnis, apakah ada penyelesaian antara upline dan downline?

Jawaban : “tentu lah ada, misal kalau bonus saya pending masuknya, bu mimin langsung membenahi. Kalau pas covid kemarin itu kan kami jarang kumpul-kumpul, jadi selalu mengabarkan di grup saja”

Informan 6 (Konsumen)

Hari/Tanggal : Selasa, 21 Juni 2022

Waktu : 16.00

Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Rhika Diasmile
2. Umur : 25
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : SMA
5. Pekerjaan : Pedagang Cendol
6. Alamat : Aur Kuning, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan pertama kali anda mulai menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “sejak february 2021”

2. Apa alasan menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “sebenarnya yang makai sabun ini adalah suami akak. Jerawat di wajahnya tu ndak kunjung sembuh, padahal dia sudah ganti-ganti tapi gak nemu juga. Makanya akak coba dulu manatau leafhea ini bisa menghilangkan jerawat suami akak”

3. Darimana anda mengetahui tentang produk herbal leafhea?

Jawaban : “akak tahu dari buk Deni pelanggan cendol akak juga. akak berteman dengan beliau di facebook. Lalu postingan tentang leafhea nya bikin akak penasaran. Kebetulan akak butuh produk untuk wajah suami akak. Maka akak messenger beliau. akak mau coba satu sabunnya. Besoknya beliau mengantar ke tempat kak berjualan di aur”

4. Pernahkah anda merekomendasikan produk herbal leafhea kepada teman?

Jawaban : “pernah, sering juga. Karena akak sudah merasakan khasiatnya kan jadi akak gak ragu-ragu menyarankan belinya kepenjual langganan akak”

5. Menurut anda penting kah relasi atau jaringan dalam berjualan?

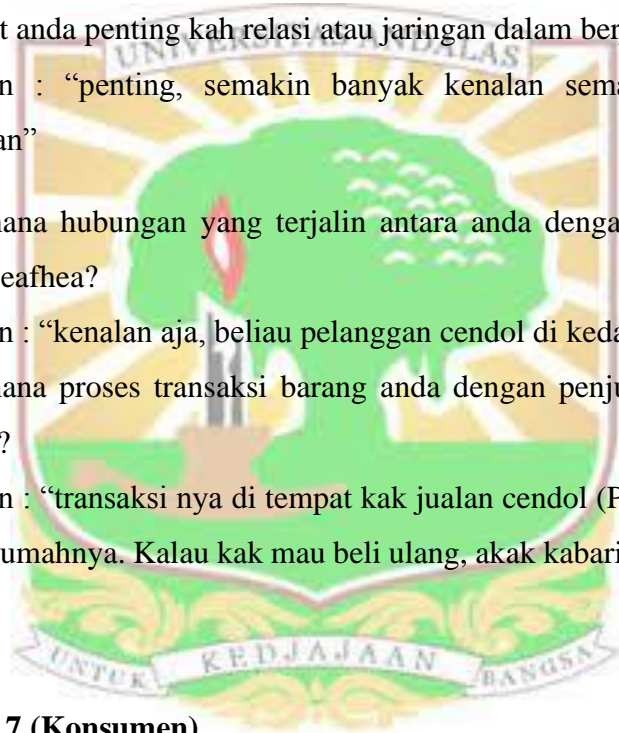
Jawaban : “penting, semakin banyak kenalan semakin mudah kita berjualan”

6. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “kenalan aja, beliau pelanggan cendol di kedai akak”

7. Bagaimana proses transaksi barang anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “transaksi nya di tempat kak jualan cendol (Pasar Aur Kuning) atau dirumahnya. Kalau kak mau beli ulang, akak kabari beliau. Nanti cod aja”



Informan 7 (Konsumen)

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Juni 2022

Waktu : 17.00

Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Anggun Febriza

2. Umur : 17 tahun

3. Jenis Kelamin : Perempuan

4. Pendidikan : SMA
5. Pekerjaan : Pelajar
6. Alamat : Pulai Anak Air, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

1. Kapan pertama kali anda mulai menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “sejak April 2021 kak”

2. Apa alasan menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “Karena anggun butuh juga kak, walaupun produknya murah, tapi cocok sama muka nggun”

3. Darimana anda mengetahui tentang produk herbal leafhea?

Jawaban : “dari teman ibu anggun, beliau jualan sabun ini. tapi sekarang anggun enggak order ke beliau lagi karena sudah enggak jualan. Jadi anggun disarankan untuk order pindah ke temannya saja kak. Karena anggun nggak mau tukar produk lagi karena sudah terbiasa sama produk herbal leafhea ini.”

4. Pernahkah anda merekomendasikan produk herbal leafhea kepada teman?

Jawaban : “pernah, teman sekelas anggun ada yang ikutan beli setelah lihat muka anggun agak bersih dari biasanya kak.”

5. Menurut anda penting kah relasi atau jaringan dalam berjualan?

Jawaban : “perlu kak. Contohnya aja anggun nggak akan ketemu ante penjual yang baru ini kalau enggak disarankan oleh teman ibu anggun itu kak”

6. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “dulu penjual herbal leafhea ini adalah tetangga anggun dirumah sebelumnya. Jadi nggun sudah kenal dengan beliau, ndak perlu kenalan lagi kak”

7. Bagaimana proses transaksi barang anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “anggun yang datang kerumah ante itu kak, karena ante itu ada dirumah terus. Dan anggun sering keluar rumah pakai motor. Cod dirumah beliau aja kak”

8. Berapa jumlah transaksi yang anda lakukan saat order produk Leafhea?

Jawaban: “satu sih kak biasanya, anggun gak ngestok banyak kecuali ada uang berlebih.”

Informan 8 (Konsumen)

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Juni 2022

Waktu : 10.00

Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Nil Hakim Mulfi
2. Umur : 26 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : D3 Akuntansi
5. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
6. Alamat : Pulau Anak Air, Bukittinggi

Pertanyaan

1. Kapan pertama kali anda mulai menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “Maret 2021”

2. Apa alasan menggunakan produk herbal leafhea?

Jawaban : “Karena produknya bagus dan cocok sama saya, dan harganya juga gak mahal. Jarang-jarang produk herbal yang bagus itu murah kayak leafhea”

3. Darimana anda mengetahui tentang produk herbal leafhea?

Jawaban : “Dari adik ibu saya, beliau reseller leafhea. Jadi pas beliau datang ke rumah, beliau membawa stok produk leafhea, untuk di tawarkan

ke keluarga dirumah. Setelah dijelaskan ini dan itu saya tertarik dan akhirnya mencoba, sampai sekarang juga masih pakai”

4. Pernahkah anda merekomendasikan produk herbal leafhea kepada teman?

Jawaban : “pernah, sama tetangga-tetangga. Banyak juga yang minat, dan secara tidak langsung saya jadi membantu adik ibu saya jualan”

5. Menurut anda penting kah relasi atau jaringan dalam berjualan?

Jawaban : “ Tentu sangat penting, apalagi jualannya kita gak punya toko. Kalau kita banyak kenalan kan bisa promosi dari mulut ke mulut saja kayak adik ibu saya ini”

6. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “ada hubungan keluarga lah ya, kan penjualnya adik ibu saya. Sebagaimana keluarga umumnya, udah jelas sering interaksi.”

7. Bagaimana proses transaksi barang anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “biasanya cod, kalau saya kerumah nya atau sebaliknya. Saya langsung beli satu atau dua sabun”

8. Ketika kapan anda membeli produk Leafhea?

Jawaban : “saya belinya ketika sudah habis saja, biasanya sabun leafhea itu bisa saya gunakan sampai 1 bulan, itu saja pagi dan malam saya pakai. Berarti satu sekali sebulan lah paling cepat saya order lagi”

9. Berapa jumlah transaksi yang anda lakukan saat order produk Leafhea?

Jawaban: “biasanya saya order semua produknya, totalnya kan ada tiga. Ada sabun, serum, dan cream. Suami saya juga menggunakannya, sama kayak saya. Jadi total nya ada enam buah. Tapi kalau sabun belinya satu kali sebulan, karena cepat habis, kalau serum dan cream penggunaannya bisa sampai 2 bulan karena digunakan pas malam saja”

Informan 9 (Konsumen)

Hari/Tanggal : Rabu. 22 Juni 2022

Waktu : 14.00
Lokasi : Rumah Informan

Identitas informan

1. Nama : Salsamila
2. Umur : 21 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : SMP
5. Pekerjaan : Wiraswasta
6. Alamat : Aur Atas, Bukittinggi

Pertanyaan

1. Kapan pertama kali anda mulai menggunakan produk herbal leafhea?
Jawaban : “Februari 2021 kak”
2. Apa alasan menggunakan produk herbal leafhea?
Jawaban : “awalnya karna mila memang mau mencari sabun cuci muka yang cocok kak. Kebetulan kakak mila nyuruh coba pakai sabun leafhea belinya sama ante deni. Akhirnya bal beli lah ke ante deni. Alhamdulillah cocok. Sampai sekarang mila pakai sabun ini terus gak ganti-ganti”
3. Darimana anda mengetahui tentang produk herbal leafhea?
Jawaban : “dari kakak mila, dia makai produk leafhea ini juga kak. Makanya di rekomendasikannya mila makai dan beli ke ante deni tetangga mila”
4. Pernahkah anda merekomendasikan produk herbal leafhea kepada teman?
Jawaban : “pernah kak, banyak juga yang ikutan beli pas lihat perubahan wajah mila jadi lebih bersih tu”
5. Menurut anda penting kah relasi atau jaringan dalam berjualan?
Jawaban : “penting kak, harus banyak lah yang kenal biar banyak juga laku jualan kita kak”
6. Bagaimana hubungan yang terjalin antara anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “hubungan tetangga ya kak, dekat rumah mila dengan ante yang menjual leafhea ini”

7. Bagaimana proses transaksi barang anda dengan penjual produk herbal leafhea?

Jawaban : “mila aja yang mampir kerumah ante tu kak, langsung aja mila cod disana kak”

8. Berapa jumlah transaksi yang anda lakukan saat order produk Leafhea?

Jawaban: “mila belinya sesuai kebutuhan saja kak, paling satu aja. Kalau ada uang berlebih mila beli dua untuk serap satunya lagi.”



2. Informan pengamat

Informan 10 (karyawan leafhea)

Hari/Tanggal : Rabu 3 Agustus 2022

Waktu : 20.00

Lokasi : Telepon

Identitas informan

1. Nama : Fitmawati
2. Umur : 43 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pendidikan : SMA
5. Pekerjaan : Karyawan Stokist Leafhea Bukittinggi
6. Alamat : Tarok Dipo, Bukittinggi

Pertanyaan

a. Pertanyaan terkait jaringan sosial

- 1 Kapan ibu mulai bekerja di stokist Leafhea Bukittinggi?
Jawaban : “Saat stokist sudah dibuka saya juga langsung bekerja sebagai karyawan disini”
- 2 Apa saja pekerjaan yang ibu lakukan di stokist leafhea?
Jawaban : “kalau saya biasanya merapikan dan mengatur barang, menggantikan bu mimin (distributor) kalau beliau tidak ada di stokist, kalau ada reseller kadang saya yang melakukan transaksinya, kadang ngirim barang ke luar bukittinggi juga saya yang melakukannya kalau bu mimin berhalangan”
- 3 Apakah menurut ibu berbisnis di leafhea ini menjanjikan?
Jawaban : “menurut saya sangat menjanjikan kalau dikerjakan dengan sungguh-sungguh. Kalau mau keuntungan yang besar kalau bisa fokus saja ke mlm leafhea ini, jangan menyambil biar hasilnya maksimal”
- 4 Menurut ibu siapa saja yang terlibat dalam proses bisnis herbal leafhea ini?

Jawaban : “kalau yang langsung terlibat disini itu adalah reseller, karena reseller yang selalu menyetok barang di stokist. Bu mimin (distributor) terlibat dengan orang di pusat (Yogyakarta) kalau ingin memesan barang”

- 5 Berhubung stokist Leafhea Bukittinggi ini tidak hanya menjadi distributor untuk reseller di Bukittinggi tetapi juga untuk seluruh reseller wilayah Sumatera Barat, sepengetahuan ibu kemana saja produk leafhea ini di distribusikan?

Jawaban : “kalau itu ada yang ke Padang, Payakumbuh, Pariaman, Sawah Lunto, Sijunjung, Maninjau, Pesisir Selatan dan Agam”

- 6 Menurut ibu bagaimana hubungan di antara distributor dengan orang leafhea pusat dan antara distributor dengan reseller?

Jawaban : “Ya sebagaimana hubungan antara induk semang dengan pedagang yang membeli barang nya karena orang pusat sebagai pemasok bagi stokist (distributor) ini dan stokist (distributor) ini sebagai pemasok bagi reseller disini”

- 7 Menurut ibu selain hubungan jual beli, apa lagi hubungan yang mengikat diantara orang-orang yang terlibat di leafhea?

Jawaban : “setahu saya kalau reseller-reseller yang bergabung disini ada yang punya hubungan keluarga dan tetangga dengan konsumennya. Kalau bu mimin dengan leafhea pusat itu karena sudah kenalan sebelum leafhea ini ada”

- 8 Sepengetahuan ibu bagaimana hubungan antara distributor dengan reseller?

Jawaban : “hubungan nya ya cukup dekat lah ya, soalnya bisnis kita ini kan tidak hanya jual beli saja tapi juga membutuhkan kerjasama antar pihak. Kalau ada reseller yang ingin bertanya mengenai bisnis leafhea atau mau reorder mereka boleh langsung datang ke stokis atau japri (chat) saja untuk bertanya-tanya”

Lampiran 05

DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara dengan Bu Aminah



Gambar 2. Wawancara dengan Bu Ema Novita



Gambar 3. Wawancara dengan Bu Deni Susanti



Gambar 4. Wawancara dengan Bu Dewi



Gambar 5. Wawancara dengan Saudari Nil Hakim Mulfi



Gambar 6. Wawancara dengan Saudari Salsamila



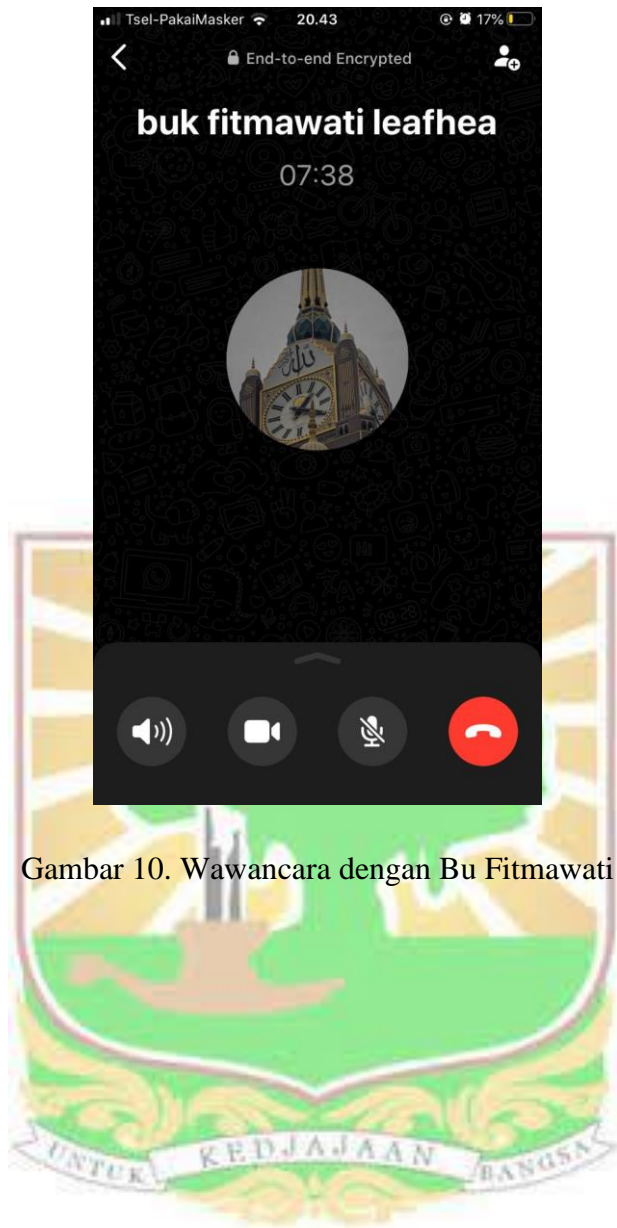
Gambar 7. Wawancara dengan Saudari Anggun Febriza



Gambar 8. Wawancara dengan Saudari Rhika Diasmile



Gambar 9. Wawancara dengan Bu Afrida Yogyakarta



Gambar 10. Wawancara dengan Bu Fitmawati

Lampiran 06

Tabel data reseller Leafhea Kota Bukittinggi

No	Nama	Alamat
1	Ai Jamilatus Solihah	Jl. Hakam Kari Sulaiman, Kelurahan Aur Kuning
2	Ajeng Ayu Tiyaningsih	Ladang Cangkiah
3	Azizah Tsana F	Perumahan Bukittinggi Indah
4	Deni Susanti	Pakan Kurai
5	Desmawita	Jalan Perawat
6	Dewi	Aua Tajungkang
7	Elvit Salmawati	Jl. Tengah Jua
8	Ema Novita	Bukit Apit
9	Emi Yuliati	Jl. Birugo Puhun
10	Enika Rahayu	Gg. Kemuning Aur Kuning
11	Enjie Gusni	Kelurahan Kubu Tanjung
12	Erie Erna	Jl. Sumua Ladang Cangkiah
13	Ervina Aprilia	Jl. Belakang Balok
14	Fermawati	Jl. Moh. Syafei, Tarok Dipo
15	Fermawati	Jl. Veteran, Puhun Tembok
16	Fitri Handayani	Aur Tajungkang, Pasar Bawah
17	Fitri Mardiaty	Jl. Dr. Hamka, Tarok Dipo
18	Irma Rusmiati	Pakan Kurai, Guguk Panjang
19	Juwita Rahma	Manggis Ganting, MKS
20	Linda Hani	Bukit Cangang Kayu Ramang
21	Linda Wati	Sumurapak
22	Luthfiyanto	Jl. Barumbuang IV Aur Kuning
23	Mia Amelia	Benteng, Pasar Atas
24	Mila Karmila	Birugo, ABTB
25	Nella Fitriyanti	Belakang Aur Bukittinggi
26	Nova Fitri Chaniago	Koto Dalam, Pulai Anak Air
27	Nurhasan Alamsyah	Jangkak, Pulai Anak Air

28	Pipit Nurhasni	Jl. Sudirman, Tarok Dipo
29	Raehanah	Jl. Prof. Dr. Hamka. Guguk Panjang
30	Rahma Sari	Aur Tajungkang Tengah Sawah
31	Rahman Danil	Simp Aur Kuning
32	Rami Sikumbang	Tarok Dipo, Guguk Panjang
33	Ratna Wilis	Jl. Bypass Pulai Anak Air
34	Ratna Yanti	Jl. Tangah Jua
35	Reni Afriani	Jl. Teja Sukmana, Guguk Panjang
36	Ria Nasrul	J. Jend Sudirman, Birugo
37	Ridwan Pauzi	Pasar Bawah
38	Riri Agri Rahmayuli	Koto Bawah Pulai Anak Air
39	Riri Marlina	Panorama Baru, Puhun Pintu Kabun
40	Ririn Widrati	Jl. Adinegoro, Tangah Jua
41	Rita Juwita	Tangah Sawah
42	Riza Sumarnis	Benteng Pasar Atas
43	Salfeni Taeh	Campago Ipuh
44	Siti Sukanah	Jl. Perwira, Belakang Balok
45	Supiah	Jl. Kubu Tanjung ABTB
46	Syahril Katik	Tangah Jua
47	Tina Chaniago	Tarok Dipo, Guguk Panjang
48	Upik Lestari	Aur Atas, Aur Kuning
49	Viya Cintiya R	Gurun Panjang, Kec Guguk Panjang
50	Widaningsih	Jl. Mandiangin
51	Yeni Rosnaeni	Gulai Bancah
52	Yeyen Sumantri	JL. Pakan Kurai
53	Yuli Harnes	Jl. Sumurapak, Aur Kuning
54	Yulia Fauzi	Tabek Gadang ABTB
55	Yulia Purnama Sari	Jl. Pincuran Gaung, Tarok Dipo
56	Zulmita	Jl. Teja Kusuma, Tarok Dipo

Lampiran 07

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ANDALAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Alamat : Gedung Dekanat FISIP, Limau Manis Padang Kode Pos 25163
Telp 0751-71266, 0751-8955256 Faksimile 0751-71266,
Laman : <http://fisip.unand.ac.id> e-mail : sekretariat@soc.unand.ac.id

Nomor : B/ 907/UN16.08.WDI/PT.01.04/2022 24 Mei 2022
Hal : **Izin Penelitian**

Yth.
.....
di
Tempat

Dengan ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa kami menugaskan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas :

Nama : Anggi Afriliza Putri
Nomor BP. : 1810812030
Jurusan/Program Studi : Sosiologi
Alamat : Koto Bawah, Kel Pulau Anak Air, Bukittinggi
Judul : Jaringan Sosial Aktor Produk Herbal Leafhea Bukittinggi
Waktu : Mei s/d Juli 2022
Lokasi : Kota Bukittinggi
Dalam Rangka : Penulisan Skripsi

Oleh karena itu kami mengharapkan bantuan Saudara untuk dapat memberikan *izin/rekomendasi* kepada mahasiswa tersebut di atas untuk melaksanakan tugas sebagaimana mestinya.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.



- Tembusan:**
1. Rektor Univ.Andalas
 2. Ketua Jurusan
 3. Dosen Pembimbing
 4. Mahasiswa yang bersangkutan