

STRATEGI PEMASARAN PRODUK HERBAL PADA PT HARMONI DINAMIK INDONESIA CABANG DELI SERDANG

ABSTRAK

Pada saat Covid- 19 tahun 2019 akhir, Clover Honey meningkat sangat pesat dalam penjualannya yang dimana Clover Honey ini sangat membantu untuk menormalkan orang yang menderita covid-19. Pada tahun 2020 PT. HDI Cabang Deli serdang melakukan pemasaran produk Clover Honey secara online melalui media sosial sehingga membuat penjualan produk Clover Honey meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran yang dapat diterapkan Untuk memasarkan produk herbal pada PT. HDI Cabang Deli Serdang dan untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk Clover Honey pada PT. HDI Cabang Deli serdang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan metode wawancara, dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini adalah proses Strategi pemasaran produk herbal pada PT. HDI Cabang Deli Serdang dilakukan dengan cara memasarkan secara langsung kepada calon konsumen dan mempromosikan manfaat produk. Proses strategi pemasaran produk herbal pada PT. HDI ini dilakukan dengan cara menyetok beberapa produk, biasanya PT. HDI akan menyetok produk yang paling best seller dan banyak diminati oleh pelanggan. Hasil penelitian ini adalah pemasaran produk clover honey yaitu melalui dua cara dengan pemasaran online dan pemasaran offline. Proses strategi pemasaran produk HDI di cabang deli serdang tidak hanya sekedar menyalurkan produk dari produsen ke konsumen, tetapi dalam menyalurkan produknya untuk sampai ke tangan konsumen harus melalui beberapa tahapan diantaranya harus menentukan segmen pasar, targeting dan positioning.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran , Produk Herbal, HDI