

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Proses Strategi Pemasaran Produk Herbal Pada PT. HDI Cabang Deli Serdang
 - a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses strategi pemasaran produk herbal pada PT. HDI Cabang Deli Serdang yaitu produk dari seller center PT. HDI Cabang Deli Serdang digunakan oleh para staff, kemudian produk-produk tersebut di promokan atau di pasarkan kepada calon konsumen PT. HDI Cabang Deli Serdang.
 - b. 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*.
2. Kendala dan hambatan dalam memasarkan produk clover honey pada PT. HDI Cabang Deli Serdang yakni:
 - a. Persaingan dengan produk madu lainnya
 - b. promosi para staff yang kurang efektif
 - c. kurangnya edukasi terhadap konsumen

- d. Kurang nya kesadaran konsumen
- e. Keterlambatan pengiriman barang ke konsumen
- f. Masalah Penetapan harga

5.2 Saran

Setiap tahap akhir penyusunan skripsi ini, maka peneliti perlu kiranya untuk menyampaikan beberapa saran yang bisa dijadikan sebuah konstribusi pemikiran dan dijadikan sebuah motivasi yang memiliki peran besar dalam upaya menjadikan Perusahaan Multi level marketing di PT. Harmoni Dinamik Indonesia Cabang Deli Serdang yang lebih baik. Saran-saran yang perlu diungkapkan yakni sebagai berikut:

1. Dalam strategi pemasaran produknya di PT. HDI Cabang Deli Serdang sudah sangat baik. Akan tetapi PT. HDI Cabang Deli Serdang perlu untuk strategi pemasaran produk yang lebih efektif lagi agar penjualan produk semakin meningkat.
2. Sebagai pemilik yang menjalankan bisnisnya terlebih dahulu harus mengevaluasi dan melakukan pembinaan kepada para staffnya untuk terus aktif dalam memasarkan produk dan menjalin hubungan yang baik sehingga dapat mencapai target penjualan per grup.