

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam *Multi Level Marketing* (Studi Kasus pada Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri)” yang ditulis oleh Intan Roshanti, NIM. 12405193176, pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan yang semakin ketat dalam bisnis produk kesehatan, terutama produk herbal. Dalam era global saat ini, perdagangan produk kesehatan mengalami perkembangan pesat. Karena banyak individu yang berusaha untuk memulai bisnis produk kesehatan. Bisnis ini menjanjikan dan didukung oleh sistem pemasaran *multi level marketing* yang dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Jadi, masyarakat sekitar, terutama di Desa Susuhbango, tertarik untuk bergabung sebagai mitra dari Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia yang berlokasi di Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) strategi pemasaran produk Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam *multi level marketing* pada Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri. (2) Kendala dan upaya strategi pemasaran produk Herba Penawar Alwahida Indonesia yang dihadapi Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia di Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia di Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri menerapkan strategi pemasaran produk Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam *multi level marketing* dengan menggunakan bauran pemasaran meliputi: produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses yang efisien, dan bukti fisik. Kendala yang dihadapi oleh Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam pemasaran produknya adalah keterlambatan pengiriman bahan baku, harga yang lumayan mahal, dan adanya pesaing di pasar. Upaya strategi yang dilakukan untuk mengatasinya adalah menerapkan sistem pemesanan yang efisien dan menjaga komunikasi teratur dengan pihak pusat untuk memantau ketersediaan barang. Selain itu, stokis juga berupaya menjelaskan kepada masyarakat tentang alasan di balik harga yang lumayan mahal, dan mencoba belajar dari pesaing.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Multi Level Marketing**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy for Indonesian Alwahida Antidote Herb Products in Multi Level Marketing (Case Study on Indonesian Alwahida Antidote Herb Stockists in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency)" written by Intan Roshanti, NIM. 12405193176, supervisor Dr. Sutopo, M.Pd.*

*This research is motivated by the increasingly fierce competition in the health product business, especially herbal products. In the current global era, trade in health products is experiencing rapid development. Because many individuals are trying to start a health product business. This business is promising and is supported by a multi-level marketing system that can contribute to the economic growth of society. So, the local community, especially in Susuhbango Village, was interested in joining as a partner of the Alwahida Indonesia Herb Stockist located in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency.*

*This research aims to determine (1) the marketing strategy for Indonesian Alwahida Anticoagulant Herbs products in multi-level marketing at Alwahida Indonesian Herb Stockists in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency. (2) Constraints and marketing strategy efforts for Indonesian Alwahida Offering Herbs products faced by Indonesian Alwahida Offering Herbs Stockists in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency.*

*This study used qualitative research methods. The Indonesian Alwahida Antidote Herb Stockist in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency was chosen as the research location. Data collection techniques used include observation, interviews, and documentation. The data used in this study consisted of primary data obtained through interviews and secondary data obtained through documentation.*

*The results showed that the Indonesian Alwahida Anticoagulant Herb Stockist in Susuhbango Village, Ringinrejo District, Kediri Regency implemented a marketing strategy for Alwahida Indonesia Anticoagulant Herbs products in multi-level marketing using a marketing mix including: product, price, distribution channel, promotion, efficient process, and physical evidence. The constraints faced by Alwahida Indonesia's Herbal Offering Stockists in marketing their products are delays in the delivery of raw materials, quite expensive prices, and the presence of competitors in the market. The strategic efforts made to overcome this are implementing an efficient ordering system and maintaining regular communication with the central party to monitor the availability of goods. Apart from that, stockists also try to explain to the public the reasons behind the rather high prices, and try to learn from competitors.*

**Keyword: Marketing Strategy, Multi Level Marketing**