

ABSTRAK

Faisal Hosen, 2022, *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI) Dalam Menarik Minat Beli Masyarakat (Studi Pada PT. Hpai Cabang Pamekasan, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Madura, (IAIN), Dosen Pembimbing: Siti Mariyam, M.A.*

Kata Kunci: *Komunikasi, Pt. Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI).*

Komunikasi menjadi unsur penting yang tidak bisa dilepaskan dalam proses pemasaran suatu produk. Komunikasi pula dapat menjadi tolak ukur keberhasilan dalam suatu perencanaan. Komunikasi telah memupus batasan geografis dan menjadikan seluruh titik dunia ini saling terhubung. Lompatan dan revolusi teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai hal, terutama pemasaran ini. Terlihat saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang berdiri baik konvensional maupun syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Objek penelitian PT. HPAI Pamekasan, dengan prosedur pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap *Bussines Center (BC), Distributor Center (DC), Agen Stokis dan Konsumen*. Penelitian lapangan dalam penelitian ini berlokasi di Kabupaten Pamekasan. Masalah yang ada dalam penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan teknik analisa data kualitatif dengan teknik berfikir deduktif.

Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi komunikasi pemasaran HPAI untuk menarik minat beli masyarakat di Pamekasan adalah: *Pertama. Pemasaran secara langsung (offline) yaitu dengan melalui sosialisasi, workshop dan juga door to door. Kedua. memanfaatkan media sosial yaitu facebook, whatsapp, instagram (online) dalam proses pemasarann produknya.* Kemudian dalam memasarkan produknya PT. HPAI menemukan faktor pendukung dan penghambat yaitu *Pendukungnya,. Beberapa ulama yang bergabung dan menggunakan dari produk HPAI sehingga membuat masyarakat semakin yakin dengan kualitas dan kehalalannya Penghambatnya. Karena HPAI tidak menggunakan jasa iklan di televisi yang membuat masyarakat ragu untuk membeli produk ini.* Berdasarkan faktor tersebut, pemasaran ini berdampak pada minat beli produk HPAI di Pamekasan. Sehingga banyaknya peminat produk HPAI di Pamekasan.