

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Lokasi Usaha

Lokasi awal pemasaran yaitu disekitar Universitas Buana Perjuangan Karawang dan sekitar rumah pelopor, selain itu pelopor juga akan memasarkan di tempat – tempat keramaian seperti diacara *Car Free Day* hari minggu di sekitar kawasan perumnas, taman – taman yang terdapat keramain serta di kawasan sekolah menengah atas yang ada daerah karawang kota, karena sasaran dari penjualan ini ialah mahasiswa dan juga masyarakat umum, masyarakat dan remaja sekarang sekarang lebih menyukai kreasi minuman unik serta terjangkau harganya.

3.2 Tahapan Persiapan

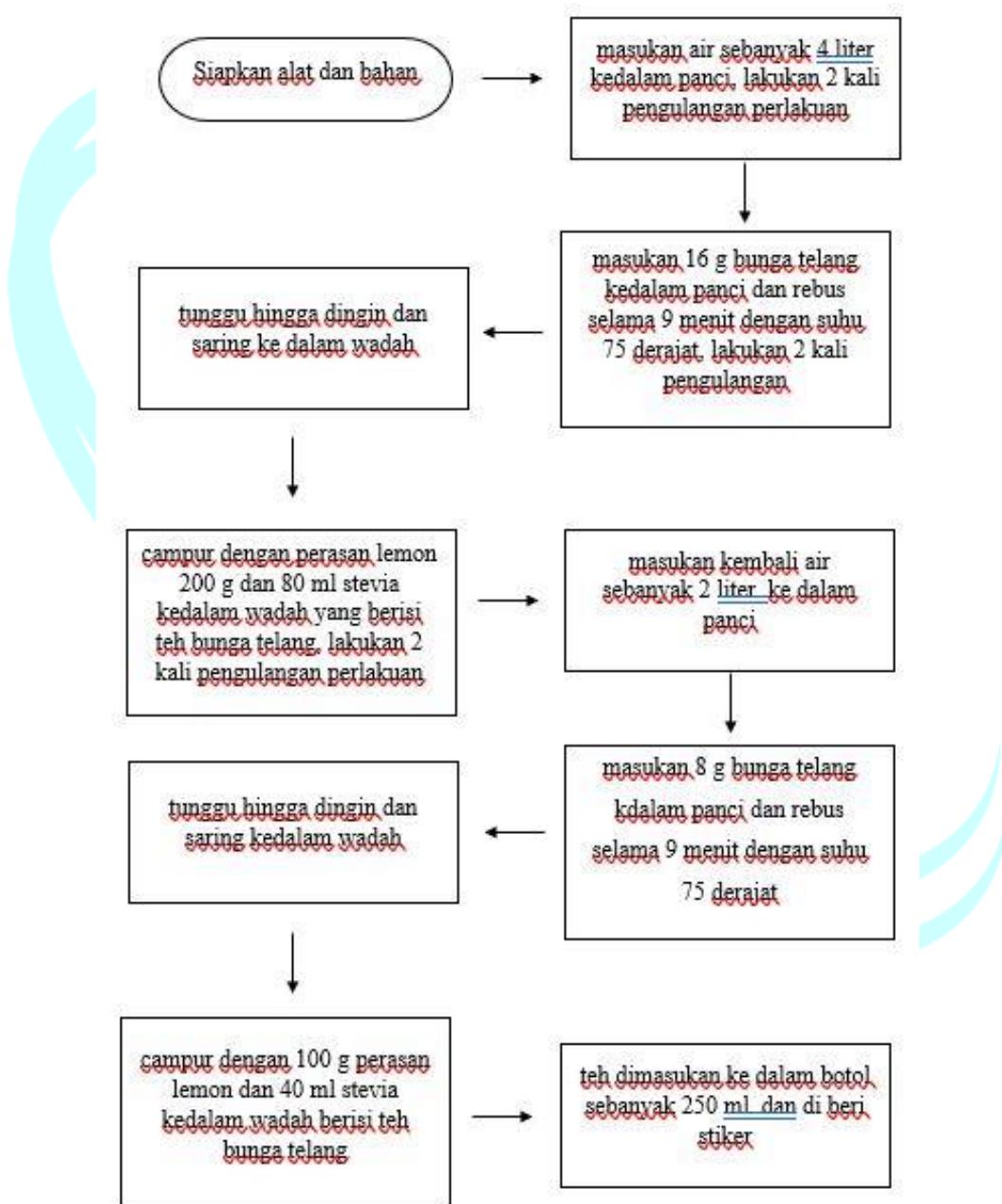
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan ke 1	Bulan ke 2	Bulan ke 3
1	Persiapan Alat, Bahan dan Pengujian			
2	Promosi			
3	Proses produksi			
4	Pemasaran			
5	Evaluasi dan Pengembangan usaha			

Tabel 3.1 menjelaskan mengenai apa saja yang akan dilakukan selama 3 bulan kedepan, seperti menyiapkan alat dan bahan, melakukan promosi dan proses produksi serta melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan

3.3 Tahapan Produksi

Gambar dibawah akan menjelaskan mengenai 1 kali produksi sebanyak 40 botol yang dilakukan, seperti menyiapkan alat dan bahan, alat yang dibutuhkan yaitu kompor, panci, saringan, botol, dan wadah, dan bahan – bahan yang diperlukan ialah, bunga telang halus, lemon, stevia, dan air (Amidis). Lebih detail akan dijelaskan pada gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Prosedur Pembuatan

3.4 Tahap Pemasaran

Sebagai langkah awal dalam strategi pemasaran penting untuk melakukan tahap pemasaran sebagai berikut:

1. Penelitian Pasar

Mengidentifikasi target pasar yang potensial, dalam hal ini target pasar yang dituju ialah para remaja dan juga orang dewasa. Selain itu juga dilakukannya perbandingan produk MIBULANG dengan produk yang sudah ada dipasaran



Gambar 3. 2 Produk Pembanding 1



Gambar 3. 3 Produk Pembanding 2

Dengan melihat 2 produk pembanding tersebut, maka produk MIBULANG ini akan dijual dikisaran harga di bawah Rp 10.000.

2. Pembuatan Produk

Dilakukannya pengujian produk dan perbaikan berkelanjutan berdasarkan umpan balik dari interaksi dengan pelanggan

3. Rencana Pemasaran

Menentukan strategi pemasaran secara offline dan online, pemasaran secara offline akan dilakukan di beberapa tempat dan pemasaran secara online akan dilakukan promosi disosial media

4. Distribusi

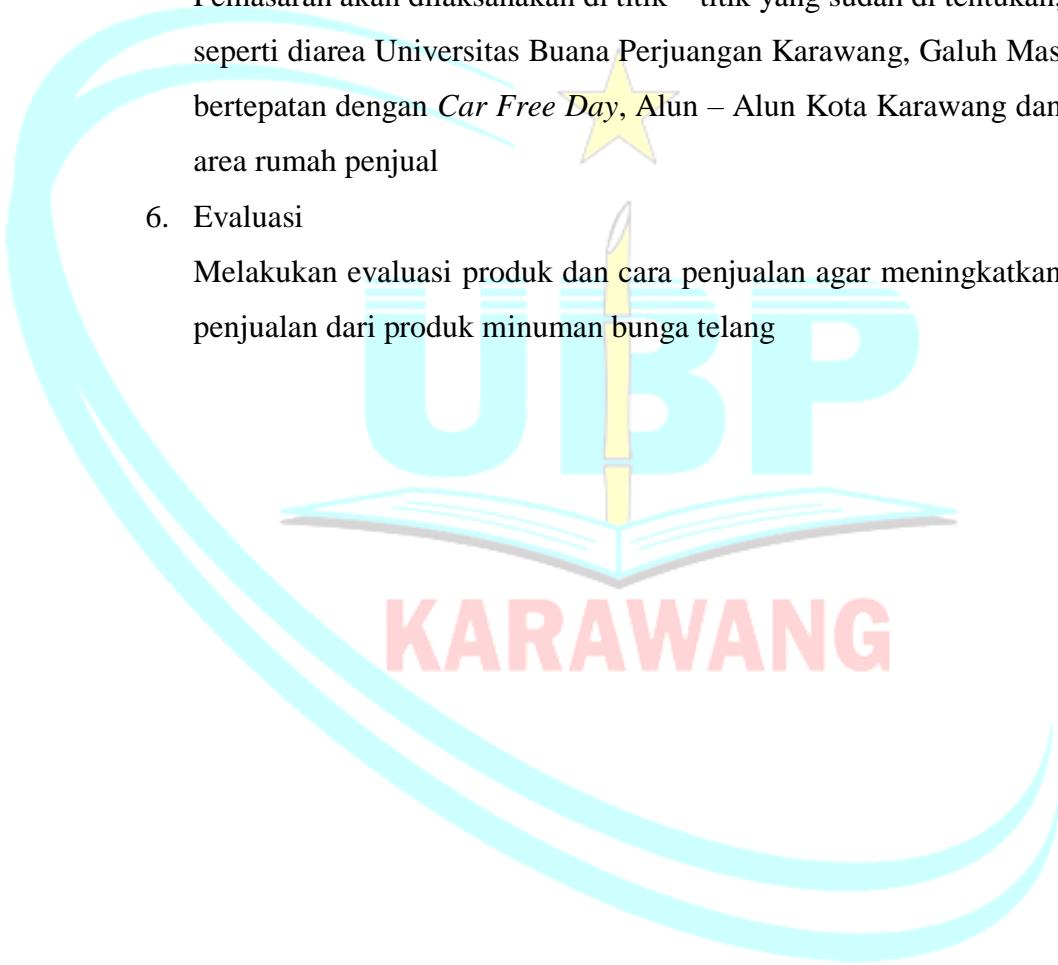
Produk yang sudah jadi akan didistribusikan di warung atau toko toko dengan cara *dropshipper*

5. Pelaksanaan Pemasaran

Pemasaran akan dilaksanakan di titik – titik yang sudah di tentukan, seperti diarea Universitas Buana Perjuangan Karawang, Galuh Mas bertepatan dengan *Car Free Day*, Alun – Alun Kota Karawang dan area rumah penjual

6. Evaluasi

Melakukan evaluasi produk dan cara penjualan agar meningkatkan penjualan dari produk minuman bunga telang



BAB IV