

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Lokasi**

Pemilihan lokasi pemasaran usaha teh herbal memiliki peran penting dalam mencapai keberhasilan dan menjangkau target pasar secara efektif. Menempatkan titik penjualan teh herbal di lokasi strategis yang dapat diakses oleh target pelanggan merupakan langkah awal yang sangat penting. Lokasi awal pemasaran yaitu kepada masyarakat umum karena dilihat dari segi peminatnya masyarakat sekarang lebih menyukai kreasi minuman yang baru, unik, serta terjangkau harganya.

Dalam era digital, lokasi pemasaran juga mencakup sosial media, dengan membangun *platform e-commerce* atau media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan memberikan kesempatan untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Pertimbangan aspek-aspek pemilihan lokasi pemasaran teh herbal dapat memberikan dampak positif terhadap daya tarik produk teh herbal *Podia Tea*, pertumbuhan penjualan, dan pembentukan hubungan yang erat dengan konsumen.

#### **3.2 Tahapan Persiapan**

Tahapan-tahapan persiapan mencakup seleksi bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan. Pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi akan berdampak langsung pada rasa dan manfaat kesehatan teh herbal, adapun bahan baku pada pembuatan teh herbal *Podia Tea* ini meliputi daun salam, jahe merah dan daun stevia. Pada tahap pengolahan meliputi langkah-langkah produksi hingga pengemasan.

#### **3.3 Tahapan Produksi**

Tahap awal dengan pemilihan bahan baku yang telah menjadi simplisia, kemudian proses penghalusan dan selanjutnya proses pengayakan simplisia agar

menjadi ukuran partikel yang diharapkan menggunakan mesh no 70, berdasarkan ketentuan standar mutu teh celup SNI 01-3753 adalah partikel lolos ayakan 70 mesh (Iriyani *et al.*, 2023). Selanjutnya, seluruh bahan baku ditimbang sesuai formulasi yaitu daun salam, jahe merah dan daun stevia yang di kemas dalam bentuk teh celup. Tahap terakhir dari proses produksi teh herbal dalam bentuk teh celup adalah pengemasan dengan pemilihan kemasan yang aman dan mampu mempertahankan kesegaran teh herbal. Adapun penyajian yang baik untuk teh celup yang telah siap dikemas dapat disajikan menggunakan air sebanyak 200 ml air panas dan diaduk 2-3 menit hingga siap disajikan.

### 3.4 Tahapan Pemasaran

Tahapan pemasaran teh herbal adalah suatu proses yang melibatkan strategi dan aktivitas untuk meningkatkan kesadaran konsumen, membangun citra produk dan mendorong penjualan produk teh herbal. Adapun pemasaran yang akan dilakukan pada teh herbal *Podia Tea* sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Pasar

Pada penelitian pasar terdapat target meliputi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, masyarakat umum dari kalangan remaja hingga dewasa dan pengguna *e-commerce*. Adapun produk terkait sebagai pembanding yang ada di pasaran, seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3.5 Produk Pembanding 1



Gambar 3.6 Produk Pembanding 2

Berdasarkan dari produk terkait yang beredar di pasaran jika dibandingkan dengan produk *Podia Tea* yang akan dipasarkan dengan harga Rp.6.000 berisi 10 kantong teh celup, maka produk *Podia Tea* lebih mudah bersaing dengan teh celup daun salam lainnya dipasaran.

## 2. Rencana Pemasaran

Pemasaran akan dilakukan dengan 2 metode, yaitu *offline* melakukan pemasaran secara langsung kepada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, lingkungan masyarakat umum mulai dari remaja hingga dewasa dan metode *online* dengan memanfaatkan *e-commerce* seperti *Instagram*, *Tiktok* dan *Whats app*.

## 3. Evaluasi

Melakukan evaluasi produk dan tahap pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan produk *Podia Tea*.

