

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1. Lokasi Usaha

Lokasi pemasaran produk Regin Soya ini dilakukan secara *online* dan *Offline*. Secara *Offline*, terdapat di dua lokasi yang berbeda, yaitu di sekitaran Kecamatan Telagasari khususnya di Desa Cilewo dan di sekitaran kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang. Selain itu, dilakukan juga pemasaran melalui *platform* digital seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok, Instagram, juga Whatsapp. Hal ini dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan memudahkan penjualan.

3.2. Tahapan Persiapan

Adapun tahapan persiapan dari kegiatan usaha susu kedelai instan ini, sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Jadwal Kegiatan

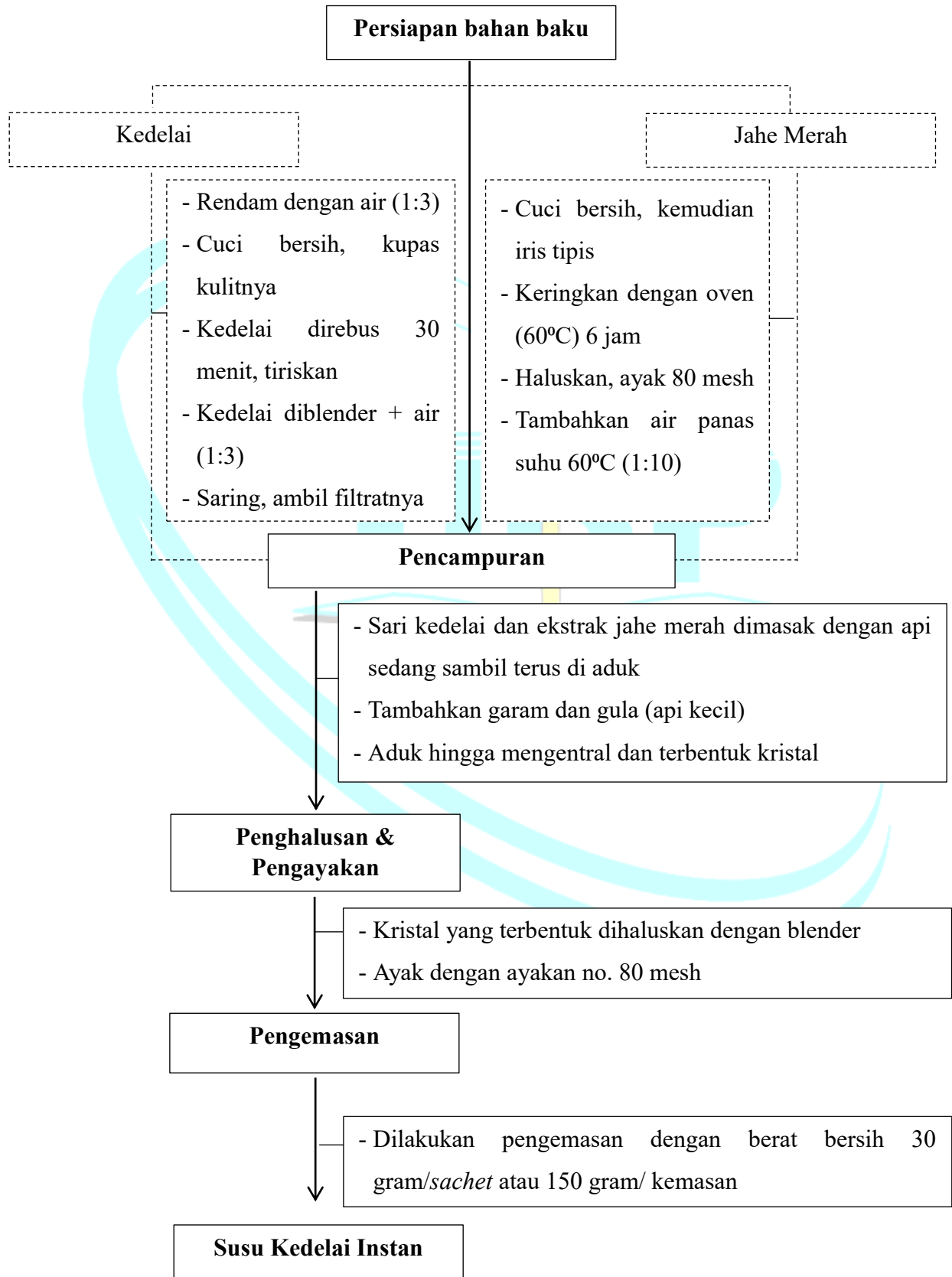
No.	Kegiatan	2024				2025			
		Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan judul dan SK Dosen Pembimbing								
2.	Membuat Rancangan Proposal								
3.	Seminar Proposal								
4.	Persiapan Kegiatan Usaha								
5.	Pengurusan perizinan dan <i>trial</i> produk								
6.	Produksi produk dan pemasaran produk								
7.	Evaluasi kegiatan								

Pada **tabel 3.1**, menjelaskan mengenai kegiatan yang akan dilakukan mulai dari penyusunan proposal hingga evaluasi kegiatan. Jadwal ini mencakup periode mulai dari bulan Desember hingga Juli. Pada bulan pertama (Desember) dilakukan kegiatan pengajuan judul dan surat keputusan (SK) dosen pembimbing. Pada bulan kedua (Januari), fokus pada pembuatan rancangan proposal. Proposal berisi gambaran umum mengenai produk yang akan dikembangkan, tujuan penelitian, metode yang akan digunakan, dan rencana anggaran. Selain itu, pada bulan Januari juga dilakukan seminar proposal. Pada tahap ini, rancangan proposal yang telah dibuat akan dipresentasikan di hadapan para Dosen Penguji untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Pada bulan ketiga hingga keempat, merupakan masa persiapan kegiatan usaha dimulai dari mempersiapkan alat produksi dan bahan kemasan, pengurusan perizinan yang diperlukan, dan melakukan uji coba produk (*trial* produk). Pada bulan kelima sampai ketujuh (April hingga Juli), dilakukan produksi produk secara massal juga pemasaran produk. Selanjutnya, di bulan Juli juga dilakukan evaluasi produk baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun penerimaan pasar.

3.3. Tahapan Produksi

Proses produksi dimulai dengan mencuci dan merendam kedelai dengan air (1:3). Kemudian kedelai dicuci kembali hingga kulitnya terkelupas, dan di rebus selama 30 menit. Selanjutnya kedelai ditiriskan dan di blender dengan penambahan air (1:3) dan selanjutnya disaring untuk diambil filtratnya. Jahe merah dicuci, diiris tipis, dan dikeringkan dengan oven pada suhu 60°C selama 6 jam. Setelah kering, jahe merah dihaluskan dengan blender dan kemudian di ayak dengan ayakan no. 80 mesh. Jahe merah kemudian ditambahkan air panas (60°C) sebanyak 1:10 b/v (Pramitasaari *et al.*, 2011). Campurkan sari kedelai dengan ekstrak jahe merah, lalu panaskan dengan api sedang sambil terus diaduk. Tambahkan secukupnya garam dan gula pasir lalu kecilkan api dan lanjutkan mengaduk hingga campuran mengental dan terbentuk kristal. Kristal dihancurkan dengan blender, disaring menggunakan ayakan 80 mesh, dan dikemas dalam wadah bersih (Pagune *et al.*, 2023). Selanjutnya sediaan dilakukan beberapa parameter pengujian meliputi uji kadar air, kadar protein, analisis warna, dan stabilitas seduhan sediaan (Pagune *et*

al., 2023). Adapun alur pembuatan susu kedelai instan Regin Soya ini, sebagai berikut:



Gambar 3. 1. Alur Tahapan Produksi Regin Soya

3.4. Tahapan Pemasaran

Tahapan pemasaran untuk produk susu kedelai instan Regin Soya melibatkan beberapa langkah strategis yang dimulai dari penelitian pasar hingga evaluasi hasil. Berikut adalah tahapan pemasaran yang akan dilakukan, sebagai berikut:

1. Penelitian pasar

Penelitian dilakukan dengan analisis pasar dan tren untuk memahami permintaan konsumen serta potensi pertumbuhan produk. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) penting dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk dibandingkan dengan kompetitor, serta peluang dan ancaman di pasar.

2. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar dilakukan untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku, diikuti dengan penentuan target pasar yang tepat.

3. Pengembangan produk

Pengembangan produk mencakup formulasi susu kedelai instan dengan jahe merah yang unik dan menarik. Desain kemasan harus diperhatikan agar menarik dan informatif, serta dilakukan uji coba untuk memastikan kualitas rasa dan penerimaan konsumen.

4. Strategi penetapan harga

Analisis biaya produksi dan harga pasar dilakukan untuk menentukan harga yang kompetitif. Penawaran harga promosi juga diterapkan untuk menarik perhatian konsumen pada saat peluncuran produk.

5. Distribusi dan penjualan

Pemilihan saluran distribusi yang tepat sangat penting untuk memastikan ketersediaan produk di pasar. Produk dapat dijual melalui supermarket, toko kelontong, *reseller* dan *platform online*.

6. Strategi promosi

Strategi promosi mencakup pemasaran digital melalui media sosial dan iklan *online*, serta pemasaran tradisional seperti brosur dan acara

sampling di lokasi strategis. Promosi penjualan seperti diskon atau *bundling* produk juga dapat meningkatkan daya tarik.

7. *Engagement* dengan pelanggan

Melalui layanan pelanggan yang responsif sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang. Mengumpulkan testimoni dari pelanggan dapat memberikan bukti sosial yang kuat terhadap kualitas produk, sementara interaksi aktif di media sosial dapat meningkatkan loyalitas merek.

8. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan *feedback* dari konsumen untuk menilai efektivitas aktivitas pemasaran. Evaluasi ini akan membantu dalam mengidentifikasi area perbaikan dan menyesuaikan strategi pemasaran di masa mendatang agar lebih efektif.

