

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Lokasi Usaha

Lokasi pemasaran produk *NigellaCare* Deodorant Spray ada 2 yaitu area Desa Mekarjaya dan Universitas Buana Perjuangan Karawang, serta melalui media sosial seperti *Tiktok*, *WhatsApp* dan *Instagram* kemudian akan membuka toko online di *market place* seperti *Shopee*.

3.2 Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini yaitu menyiapkan alat dan bahan baku untuk pembuatan *NigellaCare* Deodorant Spray:

3.2.1 Alat dan Bahan

A. Alat

Alat yang digunakan timbangan, *beaker glass*, gelas ukur, batang pengaduk, *homogenizer*, botol spray, label dan plastik *shrink*.

B. Bahan

Tabel 3.1 Formulasi *NigellaCare* Deodorant Spray

No	Bahan	Komposisi (%)	Komposisi (gram)	Supplier
1	Minyak Habbatussauda	5	5	INBI Nusantara Sejahtera
2	Propilen Glikol	15	15	Sinar Multi Kemindo
3	PEG-40 HCO	0,5	0,5	Sinar Multi Kemindo
4	<i>Ethanol</i> 70%	60	60	Acidhatama
5	Air	16,5	16,5	Amidis Tirta Mulya
6	Parfum	3	3	Sinar Multi Kemindo

Pada **Tabel 3.1** dapat terlihat formulasi untuk *NigellaCare* Deodorant Spray ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rugayyah Alyidrus (Alyidrus *et al.*, 2024).

3.3 Tahapan Produksi

Setelah tahapan persiapan selesai, kemudian masuk kedalam tahapan produksi. Timbang semua bahan yang akan digunakan untuk *NigellaCare* Deodorant Spray seperti minyak Habbatussauda, Propilenglikol, PEG-40 HCO, *Ethanol* 70%, Parfum, dan Air. Setelah itu masukkan minyak habbatusauda kedalam beaker tambahkan 0,5 ml PEG-40 HCO aduk dengan batang pengaduk hingga homogen, tambahkan propilen glikol sebanyak 15 ml aduk homogen, tambahkan 60 ml *ethanol* 70% dan air sebanyak 16,5 ml aduk homogen, tambahkan parfum. Setelah semuanya tahap pencampuran selesai masukkan ke dalam botol spray yang digunakan.

3.4 Tahapan Pemasaran

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

1. Penelitian Pasar

Mengidentifikasi target pasar yang potensial dalam hal ini target pasar yang dituju adalah mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, dan masyarakat umum yang membutuhkan solusi praktis untuk mengatasi bau badan. Selain itu, dilakukan analisis dan perbandingan produk deodorant spray yang berbahan alami yang sudah ada di pasaran untuk memahami kekuatan dan kelemahannya.

2. Pembuatan Produk

Melakukan pengujian produk *NigellaCare* Deodorant Spray untuk memastikan efektivitas dan keamanan penggunaannya. Perbaikan terus dilakukan berdasarkan hasil pengujian dan umpan balik yang diperoleh dari pengguna.

3. Rencana Pemasaran

Strategi pemasaran *NigellaCare* Deodorant Spray dilakukan melalui dua jalur utama, yaitu *Offline* dan *Online*, dengan pendekatan yang sederhana namun efektif. Secara *Offline*, langkah awal dilakukan dengan membagikan sampel gratis kepada masyarakat agar mereka bisa langsung mencoba dan merasakan manfaat produk. Setelah itu, produk disalurkan ke beberapa toko lokal dengan sistem konsinyasi, artinya toko tidak perlu membeli stok di awal, cukup menjual dan baru membayar setelah produk laku. Produk *NigellaCare* sudah dititipkan di sejumlah toko di Desa Mekarjaya, serta di Toko Senja Kosmetik Karawang yang dikenal menjual berbagai produk kecantikan. Selain itu, produk juga dipasarkan melalui *Reseller* dari Ubepe Kreatif Mandiri yang diberi harga khusus. *NigellaCare* juga menjangkau kalangan muda, khususnya mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Untuk menarik minat beli ulang, diberikan promo *bundling* seperti beli 2 lebih murah, serta diskon untuk pembelian

berikutnya. Sementara itu, strategi pemasaran *Online* dilakukan melalui *platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp*, dan *Shopee*. Di *Instagram* dan *TikTok* dipublikasikan konten-konten yang menarik pada akun sosial media Ubepe Kreatif Mandiri. *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi langsung dengan konsumen dan dikelola oleh akun Ubepe Kreatif Mandiri, termasuk menangani pemesanan melalui grup. Produk *NigellaCare* juga tersedia di *Shopee*, dengan operasional penjualan sepenuhnya dikelola oleh Ubepe Kreatif Mandiri, lengkap dengan promo-promo menarik seperti potongan harga, gratis ongkir, dan bundling hemat. Dengan menggabungkan kekuatan distribusi lokal, pemberdayaan *reseller*, serta dukungan media *digital* dan *marketplace*, strategi pemasaran ini ditujukan agar *NigellaCare* Deodorant Spray semakin dikenal, mudah didapatkan, dan dipercaya sebagai produk deodorant herbal yang aman, wangi tahan lama, dan ramah untuk kulit

4. Distribusi

Produk yang telah diproduksi akan didistribusikan melalui toko-toko lokal disekitar Lokasi produksi. Selain itu, akan dipertimbangkan kerjasama dengan Dropshipper untuk memperluas jangkauan distribusi secara efisien.

5. Evaluasi

Dilakukan evaluasi terhadap kinerja produk serta strategi penjualan untuk meningkatkan daya tarik dan angka penjualan *NigellaCare* Deodorant Spray dimasa mendatang.