

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek legalitas, strategi pemasaran, serta potensi pengembangan usaha pada produk **Teh Celup Rosvia**, yaitu teh herbal yang diformulasikan dari bunga telang (*Clitoria ternatea*), jahe merah (*Zingiber officinale* var. *rubrum*), dan lemon (*Citrus limon*). Kombinasi bahan tersebut menghasilkan produk dengan cita rasa khas sekaligus kandungan antioksidan dan vitamin C yang bermanfaat bagi kesehatan. Produk dikemas dalam boks berisi 20 kantong teh celup dengan masa simpan hingga satu tahun, diproduksi oleh UMKM 3Sadulur yang berlokasi di Desa Cisureuh, Kecamatan Purwakarta, Kabupaten Purwakarta.

Dari sisi legalitas, produk telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) 1203240035761, sertifikat halal BPJPH ID3110015064130124, izin edar berupa Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dengan nomor 3083214010519-29, serta perlindungan hak merek dagang. Legalitas tersebut tidak hanya memberikan jaminan keamanan dan mutu bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar.

Strategi pemasaran dilakukan melalui dua jalur, yaitu penjualan langsung kepada konsumen dan penjualan tidak langsung melalui konsinyasi di apotek serta kerja sama dengan reseller. Hasil pencatatan keuangan menunjukkan bahwa dalam kurun waktu dua bulan, usaha ini berhasil mencapai keuntungan sebesar Rp 2.250.000,-. Temuan ini memperlihatkan bahwa produk Teh Celup Rosvia memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai salah satu alternatif minuman herbal fungsional yang aman, praktis, dan memiliki nilai ekonomi.

Kata kunci : Bunga telang, teh herbal, legalitas produk, strategi pemasaran, UMKM

KARAWANG

ABSTRACT

*This study aims to examine the aspects of legality, marketing strategies, and business development potential of **Rosvia Herbal Tea Bags**, a functional beverage formulated from butterfly pea flowers (*Clitoria ternatea*), red ginger (*Zingiber officinale* var. *rubrum*), and lemon (*Citrus limon*). The combination of these ingredients produces a product with a distinctive taste, as well as antioxidant and vitamin C content that provide health benefits. The product is packaged in a box containing 20 tea bags with a shelf life of up to one year and is produced by the MSME 3Sadulur, located in Ciseureuh Village, Purwakarta District, Purwakarta Regency.*

In terms of legality, the product has obtained a Business Identification Number (NIB) 1203240035761, a halal certification from BPJPH ID3110015064130124, a distribution permit in the form of a Home Industry Processed Food (P-IRT) license number 3083214010519-29, and trademark protection. These legal certifications not only guarantee safety and quality for consumers but also strengthen the product's competitiveness in the market.

The marketing strategy is carried out through two channels: direct sales to consumers and indirect sales through consignment in pharmacies as well as partnerships with resellers. Financial records show that within two months, the business achieved a profit of IDR 2,250,000. These findings indicate that Rosvia Herbal Tea Bags have promising prospects to be further developed as a safe, practical, and economically valuable alternative herbal beverage.

Keywords: butterfly pea, herbal tea, product legality, marketing strategy, UMKM

KARAWANG