

Marketing Mix of Jamu Kunyit Asam Mbatur

Zalida¹, Wan Junita Raflah²
Email: zalidada197@gmail.com¹, junita@polbeng.ac.id²

Abstract

This final project is entitled marketing mix of Jamu Kunyit Asam Mbatur. The purpose is to determine the marketing strategy, marketing mix, constraints and solutions faced during the implementation project. This final project used three methods consisting of a project preparation plan, project implementation plan, and a project completion plan. The result of the implementation, marketing strategy with the methods of Segmenting, Targeting, and Positioning. Meanwhile the marketing mix uses the 7P method: products in the forms of Jamu Kunyit Asam Mbatur, prices uses is Biaya plus pricing method, social media promotion (WhatsApp, Facebook and Instagram). Product distributions through intermediaries and penjualan langsung, people refer to the author as operators that operate this project. Meanwhile for the process is refer to the Produksi process that carried out twice a week to ensure the authentically and freshness. Hence, the physical evidence is by Jamu kunyit Asam Mbatur product offered to the customer. The obstacles faced is the difficulty of finding a shop to sell Jamu Kunyit Asam Mbatur. The solution is implement the marketing and promotion strategy to sell product optimally. The completion of Jamu Asam Kunyit Mbatur project is sold at RP 10,000/bottle with the profit of RP 1,215,500.

Keywords : Business Plan, Marketing Strategy, Marketing Mix, Jamu Kunyit Asam Mbatur.

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup sehat merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihilangkan dari kehidupan dan merupakan kebutuhan masyarakat yang sehat. Masyarakat yang sehat adalah sehat jasmani tanpa cacat badan, sehat rohani tanpa gangguan jiwa, dan sehat secara sosial seperti dapat berbaur dengan anggota masyarakat lainnya. Apalagi minuman herbal merupakan tradisi dari orang tua hingga sekarang untuk solusi terbarukan bagi kesehatan.

Dari banyaknya industri produk minuman kesehatan, diperlukan strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen terhadap produk tersebut dan mempertahankan pangsa pasar. Untuk menjadi pemenang dalam persaingan yang kompetitif, diperlukan langkah-langkah untuk unggul dan mampu bersaing dengan kompetitor. Tidak hanya unggul dari segi kualitas tetapi juga dari segi pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menjaga keberlanjutan dalam dunia usaha. Salah satu langkah yang dilakukan untuk mempertahankan suatu usaha adalah dengan aspek pemasaran. Spesifikasi pemasaran adalah bagian yang sangat penting dari kelangsungan bisnis. Baik itu menghasilkan barang maupun jasa, setelah memproduksi barang sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan oleh konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dewi dkk. (2019) mengatakan bahwa bisnis adalah setiap transaksi dengan orang-orang melalui kerja sama lintas fungsi dalam bisnis dengan berbagai kebutuhan manajer dari bidang fungsional untuk memaksimalkan keuntungan dalam mencapai tujuan bersama. Assauri (2013) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian maksud dan tujuan,

kebijakan dan aturan yang memberi arah pada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada setiap tingkatan serta acuan dan alokasinya, terutama sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Walker dkk. (2000) dalam Nurmansyah (2018), bauran pemasaran adalah kombinasi variabel pemasaran yang dapat dimanipulasi oleh manajemen untuk menjalankan strategi pemasaran yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan di pasar sasaran tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Lokasi proyek produksi Jamu Kunyit Asam Mbatur di jalan Deluk Bengkalis dan lokasi pelaksanaan pemasaran di Bengkalis. Waktu pelaksanaan proyek pada bulan Agustus sampai dengan Desember 2022. Aspek pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatur dilakukan dengan 3 (tiga) metode yaitu rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, dan rencana penyelesaian proyek.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Modal awal yang dimiliki dalam usaha produk Jamu Kunyit Asam Mbatur adalah Rp 600.000 dimana modal tersebut diperoleh dari modal pribadi. Modal ini digunakan untuk keperluan produksi dan pemasaran. Modal dibagi menjadi dua, yaitu bagian produksi Rp 531.000 dan pemasaran Rp 69.000. Penggunaan modal pada bagian biaya pemasaran dan desain stiker cetak brosur dapat digunakan untuk 22 kali produksi, sedangkan paket internet digunakan untuk bulan pertama produksi. Sehingga biaya pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatur selanjutnya menggunakan keuntungan dari penjualan tersebut.

Tabel 1. Implementasi Strategi Marketing

No	Promotion Strategy	Number of products
1.	Social media (WhatsApp, Instagram, Facebook)	373 botol
2.	Penjualan langsung	212 botol
3.	Abee mart	25 botol
4.	Ayam Penyet Cik Yon	10 botol
Total		593 botol

Source: Processed Data 2022

Dalam menentukan harga jual Produk Jamu Kunyit Asam Mbatur pemilik usaha menggunakan Metode Biaya-Plus Pricing karena formula yang sederhana dan mudah dipahami untuk menentukan harga jual.

Untuk menentukan harga jual suatu produk standar adalah dengan menggunakan metode Biaya plus pricing dengan rumus sebagai berikut:

Keinginan untung = 26%

Harga Biaya-Plus = Biaya total (HPP) + Harga target (Margin)

= Rp 7.906 + (26% X7.906)

= Rp 7.906 + Rp 2.055

= Rp 9.961

= Dibulatkan menjadi Rp 10.000,

Dari HPP diatas, harga jual Jamu Kunyit Asam Mbatur dalam 1 botol adalah Rp 10.000.

Laporan keuangan pelaksanaan produk Jamu Kunyit Asam Mbatur per bulan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Agustus Laporan Pemasaran

No	Informasi	Harga perunit	Total
1	Internet Quota	8 GB	RP 48,000
2	Transportasi	2 liter	RP 20,000
	Total		RP 68,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 3. September Laporan Pemasaran

No	Informasi	Harga perunit	Total
1	Internet Quota	10 GB	RP 56,000
2	Transportasi	2,5 liter	RP 25,000
3	Brosur	30 Lembar	RP 30,000
	Total		RP 111,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 4. October Periode Laporan Pemasaran

No	Informasi	Harga perunit	Total
1	Internet Quota	10 GB	RP 56,000
2	Transportasi	3 liter	RP 30,000
	Total		RP 86,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 5. November Periode Laporan Pemasaran

No	Informasi	Harga perunit	Total
1	Internet Quota	12 GB	RP 145,000
2	Transportasi	4 liter	RP 40,000
3	Brochure	50 sheet	RP 75,000
	Total		RP 260,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 6. December Periode Laporan Pemasaran

No	Informasi	Harga perunit	Total
1	Internet Quota	10 GB	RP 120,000
2	Transportasi	2,5 liters	RP 25,000
3	Brosur	50 Lembar	7RP 50,000
4	Stand Banner	1 piece	RP 120,000
5	Sewa Lapak	1 time	RP 20,000
	Total		RP 335,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Setelah 23 kali pemasaran, hasil penjualan produk Jamu Kunyit Asam Mbatu dilaporkan pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Sales Reports of Jamu Kunyit Asam Mbatu Products

No	Produksi	Marketing	Jumlah botol	Product Sold	Selling Price (RP)	Total Income (RP)
1.	Produksi pertama	Penjualan langsung/ hantar pesanan	24 botol	24 botol	10,000	240,000
2.	Produksi kedua	Penjualan langsung/ hantar pesanan	26 botol	25 botol	10,000	250,000
3.	Produksi ketiga	Penjualan langsung/ hantar pesanan	25 botol	22 botol	10,000	220,000
4.	Produksi ke empat	Penjualan langsung/ hantar pesanan	24 botol	24 botol	10,000	240,000
5.	Produksi ke lima	Penjualan langsung/ hantar pesanan	25 botol	24 botol	10,000	240,000
6.	Produksi ke enam	Penjualan langsung/sales through	24 botol	24 botol	10,000	240,000

		intermediaries				
7.	Produksi ke tujuh	Penjualan langsung/ sales through intermediaries	25 botol	23 botol	10,000	230,000
8.	Produksi ke delapan	Penjualan langsung/ sales through intermediaries	22 botol	20 botol	10,000	200,000
9.	Produksi ke sembilan	penjualan langsung/ sales through intermediaries	24 botol	24 botol	10,000	240,000
10.	Produksi ke sepuluh	Penjualan langsung/ hantar pesanan	26 botol	23 botol	10,000	230,000
11.	Produksi ke sebelas	Penjualan langsung/ sales through intermediaries	30 botol	30 botol	8,000 (20% off)	240,000
12.	Produksi ke dua belas	Penjualan langsung/ hantar pesanan	26 botol	22 botol	10,000	200,000
13.	Produksi ke tiga belas	Penjualan langsung/ hantar pesanan	22 botol	22 botol	10,000	220,000
14.	Produksi ke empat belas	Penjualan langsung/ sales through intermediaries	25 botol	24 botol	10,000	240,000
15.	Produksi ke lima belas	Penjualan langsung/ hantar pesanan	26 botol	24 botol	10,000	240,000
16.	Produksi ke enam belas	Penjualan langsung/ hantar pesanan	35 botol	33 botol	8,000 (20% off)	264,000
17.	Produksi ke tujuh belas Produksi	Penjualan langsung/ hantar pesanan	26 botol	26 botol	10,000	260,000
18.	Produksi ke delapan belas	Penjualan langsung/ hantar pesanan	27 botol	27 botol	10,000	270,000
19.	Produksi	Penjualan langsung/	28 botol	28 botol	8,000	224,000

	Sembilan belas	hantar pesanan				
20.	Produksi dua puluh	Penjualan langsung/ hantar pesanan	30 botol	30 botol	10,000	300,000
21.	Produksi dua puluh satu	Penjualan langsung/ hantar pesanan	24 botol	22 botol	10,000	220,000
22.	Produksi dua puluh dua	Penjualan langsung/ hantar pesanan	22 botol	22 botol	10,000	220,000
23.	Produksi dua puluh tiga	CFD and CFN Semarak Polbeng, Online	27 botol	27 botol	10,000	270,000
TOTAL						5, 280,000

Sumber: Data Olahan, 2022

Pada tabel laporan pelaksanaan proyek di atas dapat dijelaskan bahwa pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatour dilakukan dengan sistem delivery order dan ditempatkan ke beberapa toko di wilayah Bengkalis. Dimana produksi produk dalam 23 kali produksi botol menghasilkan 593 botol dan dalam pemasaran 575 botol terjual.

Total biaya operasional untuk pembuatan produk Jamu Kunyit Asam Mbatour dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Biaya operasional Jamu Kunyit Asam Mbatour

No	Information	Biaya
1.	Biaya total departemen produksi	RP 3,204,500
2.	Biaya total departemen pemasaran	RP 840,000
Total		RP 4,064,500

Sumber: Data Olahan, 2022

Total Biaya bagian produksi untuk 23 kali produksi adalah RP 3.204.500 dan total Biaya bagian pemasaran untuk 23 kali produksi adalah RP 840.000. Jadi total biaya operasional adalah RP 4.064.500.

Tabel 9. Total profits of Selling the Jamu Kunyit Asam Mbatour

No	Information	Biaya
1.	Total sales for 23 kali Produksi	RP 5,280,000

2.	Total operational Biaya for 23 kali Produksi	RP 4,064,500
Total		RP 1,215,500

Sumber: Data Olahan, 2022

Jadi total pendapatan dari penjualan produk Jamu Kunyit Asam Mbatour adalah Rp 5.280.000 dan total biaya operasional produk dari produksi Jamu Kunyit Asam Mbatour adalah Rp 4.064.500 dan total untuk 23 kali produksi adalah Rp 1.215.500.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bauran Pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatour kepada masyarakat Bengkalis dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan proyek akhir ini. Strategi pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatour dilakukan dengan beberapa promosi melalui social media marketing, payday sale, promo, penyebaran brosur, iklan, dan kemitraan. Bauran pemasaran dilakukan setelah menyiapkan peralatan dan bahan baku yang akan digunakan, adapun bauran pemasaran produk Jamu Kunyit Asam Mbatour menggunakan 7P yaitu: Product, Price, Place, Promotion, Process, People, dan Physical evidence. Metode penetapan harga menggunakan Cost-Plus Pricing dimana diperoleh harga produk yaitu Rp 10.000/botol. Kemudian promosi yang dilakukan antara lain membuat media promosi berupa media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram akun bisnis), memberikan payday sale, promo diskon, sampel produk gratis, memberikan brosur, iklan peti atau video content marketing yang ditampilkan di media sosial. media dan melakukan kemitraan. Pelaksana menggunakan saluran level 0, dimana produsen menjual produk langsung ke konsumen, kemudian menggunakan saluran level 1, dimana produsen menjual produknya ke perantara kemudian menjualnya kembali, seperti menitipkan produk di beberapa toko di Bengkalis. Toko penyimpanan produk yaitu Ayam Penyet Cik Yon Jl. Antara, Restoran Kak Rosa Jl. Lembaga, dan di Abeemart Jl. Bathin Alam. Saran dari produk Jamu Kunyit Asam Mbatour ini adalah usaha produk Jamu Kunyit Asam Mbatour ini dapat dikembangkan di luar Bengkalis, produk ini dapat menjadi peluang usaha bagi para pengusaha yang ingin menjalankan usaha ini. Apalagi bagi para pengusaha yang akan menjalankan produk ini, sudah ditemukan solusi agar produk ini awet atau tahan lama jika diproduksi dalam jangka panjang, sehingga bisa diproduksi dalam jumlah banyak. Selain itu, diperlukan solusi strategi pemasaran yang lebih optimal agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat melakukan pengiriman ke luar wilayah Bengkalis.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arini B. K., Indradewa, R, and Tantri Yanur Rahmat Syah, K. S. 2022. Marketing Planning Pineapple Drink Innovation of Subang Honey Pineapple Processed Drink. *International journal of Research and Review*, 8(9): 534-539.
- Alma, B. (2016) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: PT.Gramedia Utama, 2014.
- Banjarnahor Astri R. et al 2021, Manajemen Komunikasi Pemasaran.
- Daryanto, 2012, Pengertian Kewirausahaan. (<http://epirints.polsri.ac.id>) Accesed on June 27, 2022

- Darmastuti, I et al. *Etika Bisnis (Konsep, Teori, dan Implementasi)*. Kota Bandung-Jawa Barat:CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Hamidah, H., Radiansah, D., and Ramadhia, M. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan Produk Minuman Aloevera Sp. di Kota Pontianak (Studi Kasus pada IKM I Sun Vera). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(1), 226-234.
- Irubai, L.Muhammad. 2015, Strategi Labeling, Packagin, dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat, *Jurnal Jurusan Pendidikan*,
- Kurniawan, M., Syah, T. Y. R., Pusaka, S., and Indradewa, R. 2020. Marketing Analysis over start-up business in lifestyle (combining barbershop and coffee shop) at PT. Jeeva Work Corporation. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(1), 52-55.
- Manaswatcharapong, R. 2021. Role of Marketing Mix and Brand Loyalty to Buying Decision making of Client in the Herbal Drink Business. *International Journal of Development Administration Research*, 4(2), 14-19.
- Nurmansyah. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Jambi, 2016.
- Poluan, Firna M. A. "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan ." *Jurnal EMBA*, 2019.
- Putri, A., and Sunarto, N. 2018. Perencanaan dan pembuatan bisnis Rainbow Pane Rotolato (tinjauan aspek pemasaran). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(2), 153- 159.
- Rumondang, Astri. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Rayani Mas Dwi. et al. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Yayasan Menulis, 2019.
- Saiful, M. dan Astuti, D. 2018. Perencanaan Bisnis dan Pembuatan Olahan KerupukRumput Laut "K'sweed" Aneka Rasa (Tinjauan Aspek Pemasaran), *Jurnal Inovasi Dan Bisnis* 6,15-21
- Sehat Negeriku Kementerian Kesehatan 2021. *Penyakit Jantung Penyebab Utama Kematian kemenkes perkuat layanan primer*. Available from : <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilismedia/20220929/0541166/penyakit-jantung-penyebab-utama-kematian-kemenkes-perkuat-layanan-primer/>. Accessed on December, 19 2022.
- Setiyawati, E., Indradewa, R., Syah, T. Y. R., & Fajarwati, D. 2021. Marketing Plan for Business Startups 'Jamu Partnership'in Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 8(08), 327-333.
- Serba Serbi Kemasan Pangan 2013. Available from: <https://kesmas.kemkes.go.id/konten/133/0/121909-serba-serbi-kemasan-pangan>. Accessed on Desember, 2 2022.
- Standar Pangan POM 2022. Available from: <https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/pedoman/Pedoman-Implementasi-Peraturan-Badan-POM-No-20-Tahun-2019-tentang-Kemasan-Pangan.pdf>. Accessed on December, 4 2022.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. yogyakarta: CV.ANDI OFFSET, 2016.
- Sunyoto, D. 2013. *Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, CAPS (Center of Academic Publishing Service)*, Jakarta.
- Syakiroh, W.N 2019. Perencanaan dan Pembuatan Dendeng Daun Ubi (DUBI) (tinjauan Aspek Pemasaran) (Laporan Tugas Akhir). Politeknik Negeri Bengkalis.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran*. IPB Press, Bogor-Indonesia.

Unit Pelayanan Kesehatan Kementerian Kesehatan 2021. *Satu Dari Tiga Kematian Disebabkan Oleh Jantung*. Available from: <https://upk.kemkes.go.id/new/satu-dari-tiga-kematian-disebabkan-oleh-jantung-ayo-cegah-serangan-jantung>. Accessed on December, 19 2022.

Wijaya Hadion et al. 2021. *Pengantar Bisnis*. CV. Graha Media, Bandung.
Widyatama. 2018. *Manajemen Pemasaran*. CV. Citra Media, Pontianak