

## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *HOMEMADE* KEFIR KHADEEJAH REMBANG

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap pengembangan usaha *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang dapat dilihat dari pengembangan produk yang dihasilkan dan strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produk tersebut. Sehingga analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis Strategi Pengembangan Produk *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang

Pengembangan produk adalah apabila suatu perusahaan meluncurkan produk baru yang ditujukan pada pasar yang sekarang maupun yang sudah dimasuki. Secara teoritis pengembangan produk dapat dilakukan dengan beberapa tahapan. Adapun tahap dalam siklus pengembangan produk yang dianalisis adalah:

##### a. Pengembangan dan Pengujian produk

Pengembangan merupakan mewujudkan konsep yang telah dirancang menjadi produk yang nyata. Pengembangan produk yang dilakukan oleh Kefir Khadeejah dapat disimpulkan dalam tiga hal:

##### 1) Mengembangkan dan meluncurkan produk baru

Peluncuran produk baru Kefir Khadeejah berupa Kefir Douch yaitu produk perawatan untuk daerah kewanitaan sebagai pembersih. Dan produk krim 2 *in* 1, yaitu satu produk krim yang memiliki fungsi ganda sebagai krim siang dan krim malam yang dapat mencerahkan, merawat dan melindungi kulit dari sinar *ultraviolet* dengan *Sun Protection Factor Explained* (SPF) 32.

##### 2) Mengembangkan variasi mutu produk lama

Variasi mutu produk lama yaitu berupa sabun wajah, toner, dan masker yang awalnya hanya original namun kini terdapat berbagai varian aroma yang berbeda dan tentunya manfaat dan kegunaannya berbeda sesuai jenis kulit. Dan pengembangan produk Kefir Douch yang mulanya sebagai pembersih daerah kewanitaan, kini Kefir Khadeejah mampu menambah mutu produk Kefir Douch khusus untuk daerah kewanitaan yang berlendir dan berbau.

- 3) Mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama.

Bentuk sabun wajah yang mulanya berbentuk persegi panjang biasa kini Kefir Khadeejah sudah menambah bentuk produk sabun berupa bunga, yaitu sabun berbentuk seperti mawar.

Selain itu produk yang dihasilkan oleh Kefir Khadeejah berbeda dengan produsen lain, karena Kefir Khadeejah mampu memproduksi produk kesehatan dan kecantikan dari dalam maupun luar. Hal ini tidak dimiliki oleh produsen kefir yang lain. Karena produsen yang lain berfokus pada salah satu produk. Yaitu salah satu diantara produk kesehatan yang berupa susu dan produk kecantikan berupa masker dan kosmetik lainnya.

Berdasarkan teori, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam pengujian produk terhadap produk yang akan diciptakan. Pengujian yang dilakukan oleh *homemade* Kefir Khadeejah dalam pengujian konsep dan tes kesukaan konsumen ada kesenjangan dengan teori yang ada. Pengujian konsep merupakan kegiatan mengukur reaksi pembeli terhadap gambaran tentang produk yang akan ditawarkan. Sedangkan konsep yang dilakukan oleh *homemade* Kefir Khadeejah tidak memperhatikan keinginan pembeli namun produk yang ditawarkan disukai oleh konsumen. Konsep yang dimiliki oleh Kefir Khadeejah diperlihatkan kepada *reseler* yang kemudian dimintai alasan terhadap produk tersebut. Setelah ada penyesuaian kemudian produk yang sesungguhnya dapat terus dikembangkan. *Prototype* yang dihasilkan oleh *homemade* sesuai dengan produk yang direncanakan, karena pemilik *homemade* yang merancang konsep dan yang memproduksi produk tersebut juga pemilik *homemade*. Dalam proses produksi, pemilik *homemade* menggunakan saringan plastik untuk memisahkan antara *Grain*, *Whey*, dan *Curd*. Kemudian disaring menggunakan kertas saring dan diukur dengan indikator universal guna mengukur pH agar tingkat keasaman produk sesuai dan tidak membuat kulit kering jika terlalu asam.<sup>1</sup>

Pengujian produk pada konsep akhir yaitu memperhatikan kemasan. Kemasan yang akan di pakai untuk produk baru dapat menonjolkan kepraktisan,

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari (pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 31 Maret 2017.

perlindungan, atau bahkan sebagai alat promosi.<sup>2</sup> Perusahaan akan merasakan manfaat pembungkus sebagai alat promosi ini terutama apabila konsumen memilih sendiri produk yang akan dibeli.

Tahap penemuan ide, penyaringan ide, dan penilain atau mengukur hasil yang dicapai antara teori dan praktik sudah sesuai. Sehingga hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan produk.

b. Penemuan ide

Sumber ide yang paling penting untuk pengembangan produk berasal dari perusahaan itu sendiri dan berasal dari luar perusahaan. Ilmu yang di dapat oleh pemilik *homemade* berasal dari pelatihan-pelatihan atau *workshop* yang diikutinya mengenai pembuatan kefir.<sup>3</sup> Dari situlah pemilik *homemade* mulai memiliki inisiatif untuk memproduksi kosmetik dari kefir. Ide yang dapat diterapkan merupakan kunci dari sebuah perusahaan untuk dapat mengembangkan usahanya. Dari ilmu yang didapat melalui *workshop* kemudian pemilik *homemade* memulai untuk mencoba mengembangkan produknya dengan berbagai macam jenis kosmetik dan menambah jenis varian kosmetik yang diproduksiya.

Ide produk yang didapat melalui *workshop* adalah pembuatan toner, sabun, masker, susu, lulur, *hand body lotion*, dan krim wajah. Yang kemudian ide tersebut dikembangkan lagi menjadi produk dengan berbagai macam varian. Pembuatan toner terdapat 6 varian (mawar, lavender, original, lemon, fleks dan lemon timun). Ide Sabun yang akan diproduksi adalah sabun untuk souvenir dan sabun biasa. Sabun biasa terdapat 6 varian (coklat, moringa, original, perontok komedo, sabun cair, sabun fleks). Masker kefir terdapat varian 5 varian (*green tea*, *original*, *black bamboo*, anti aging minyak bulus, dan masker anti aging kombicha dan kolostrom). Untuk krim wajah terdapat 2 varian, yaitu krim siang dan krim malam. Susu kefir yang diproduksi tidak hanya susu kefir original tapi susu kefir dengan berbagai macam rasa seperti melon, strawberri, dan anggur.

Pengembangan produk yang dilakukan oleh pemilik *homemade* tidak hanya menambah jenis varian produk tapi menambah produk baru yaitu kefir untuk daerah kewanitaan yang diberi nama “Kefir Douch”. Kefir douch yang pertama diproduksi berfungsi sebagai perawatan kewanitaan dan pembersih. Kemudian

---

<sup>2</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011, h.

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari (pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 7 januari 2017. 195.

pemilik *homemade* melakukan inovasi produk bahwa kefir douch tidak hanya sebagai perawatan kecantikan dan pembersih. Namun menambah kemanfaatan kefir douch itu sendiri, yaitu menciptakan produk kefir douch sebagai perawatan kecantikan khusus keputihan berlendir dan berbau. Selain itu juga memiliki ide untuk inovasi produk dari krim siang dan krim malam dijadikan satu produk sebagai krim 2 in 1. Yaitu krim wajah yang memiliki fungsi ganda, bisa digunakan di malam hari dan bisa digunakan di siang hari.<sup>4</sup>

c. Penyaringan ide

Dari penemuan ide kemudian dilakukan penyaringan ide. Penyaringan ide dilaksanakan berdasarkan:

- 1) Potensi pasar, apakah masyarakat tertarik terhadap produk dan memiliki daya beli terhadap produk yang ditawarkan .
- 2) Kelayakan produk, apakah produk tersebut layak untuk di produksi.
- 3) Apakah ada akibat produk lain terhadap broduk baru yang akan diproduksi.
- 4) Bahan baku yang tersedia apakah mampu untuk memproduksi produk dalam jangka panjang.
- 5) Jika produk yang akan di produksi apakah akan bertahan lama di pasaran atau hanya sementara.<sup>5</sup>

Ide yang telah ditemukan pada saat *workshop* dan ide yang di temukan sendiri oleh pemilik *homemade* kemudian dilakukan penyaringan. Produk yang lolos dalam tahap penyaringan adalah toner, sabun, masker, susu, krim wajah, kefir douch, dan lulur. Untuk lulur sekarang masih dalam proses percobaan. Sedangkan untuk *handbody lotion* belum diproduksi dikarenakan dikhawatirkan produk tersebut hasilnya akan menjadi lengket bila digunakan. Karena bahan dasarnya dari susu murni tanpa tambahan bahan kimia apapun. Jika *handbody lotion* tetap masuk dalam kategori produk baru di khawatirkan akan menjadi produk gagal. Untuk mendapatkan bahan baku pembuatan lulur sulit, karena harus melakukan pembelian secara *online*.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari (pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 31 Maret 2017.

<sup>5</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar...*, h. 189.

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari (pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 31 Maret 2017.

Selain itu sabun sovenir juga gagal dalam tahap penyaringan ide. Karena waktu, dan pengembangan produk membutuhkan modal yang besar, serta biaya untuk mengikuti pelatihan dalam pengembangan sumber daya manusia mahal, bahan baku sulit didapatkan, karena harus *online* dengan biaya kirim yang relatif mahal <sup>7</sup>

d. Penilaian atau Mengukur hasil yang dicapai

Masyarakat berhak memberikan nilai terhadap produk yang telah ditawarkan. Dengan penilaian tersebut maka pemilik *homemade* dapat menyimpulkan hasil produk yang diproduksinya. Jika nilai tersebut kurang bagus maka *homemade* akan memperbaiki atas produknya dan jika sudah bagus menurut penilaian masyarakat maka akan dipertahankan jika perlu maka akan dikembangkan supaya menjadi produk yang lebih bagus lagi.

Selama ini produk yang dihasilkan oleh *homemade* mayoritas disukai oleh konsumen, hal ini bisa dibuktikan dengan testimoni-testimoni yang diberikan oleh konsumen kepada reseller dan pemilik *homemade*.<sup>8</sup>

## 2. Analisis Strategi Pemasaran *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang

Untuk tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing setiap perusahaan harus menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang berupa peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan *share* pasar tertentu dalam suatu jangka tertentu.<sup>9</sup>

Kebijakan pemasaran atau panduan umum perusahaan dalam bidang pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran. Konsep pemasaran tersebut menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu serta memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka panjang.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh *homemade* Kefir Khadeejah adalah kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade*) pada tanggal 31 Maret 2017

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Wahyuningsih (*reseller homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 7 April 2017.

<sup>9</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar...*, h. 197.

tersebut yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen yang biasa disebut *marketing mix*. Variabel dari *marketing mix* tersebut adalah sebagai berikut:

**a. Product (Produk)**

Akan berbahaya jika suatu perusahaan hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk mengembangkannya. Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, dengan mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar.

Strategi produk adalah strategi yang tepat bagi *homemade* Kefir Khadeejah dalam menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan dan peningkatan *share* pasar.

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.<sup>10</sup> Strategi produk *homemade* Kefir Khadeejah mencakup *service* (pelayanan yang baik), konsep produk, merek dagang (*brand*), kemasan produk (*product packaging*), dan tingkat kualitas dari produk.

1) *Service* (pelayanan yang baik)

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pemilik *homemade* Kefir Khadeejah memberikan jasa layanan konsultasi kepada konsumennya secara gratis. Jasa layanan konsultasi tersebut untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen yang mengalami masalah pada kulit wajahnya. Selain itu untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh Kefir Khadeejah, karena dengan jasa layanan akan memosisikan produk dengan kondisi kulit konsumen sesuai dengan sebagaimana fungsinya. Jadi tidak di khawatirkan apabila ada keluhan

---

<sup>10</sup> Ibid, h. 200.

konsumen yang tidak sesuai antara kegunaan produk dengan kondisi kulit dalam pemakaian produk. Pemilik *homemade* juga memberikan ilmu mengenai layanan konsultasi kepada semua *reselernya*.<sup>11</sup> Sehingga konsumen tidak perlu melakukan konsultasi dengan pemilik *homemade* tapi bisa dengan *reselernya*. Hal inilah yang membedakan produsen kosmetik Kefir Khadeejah dengan produsen Kefir yang lain. Sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk Kefir Khadeejah lebih tinggi.

Pelayanan lain yang diberikan dalam pemasaran suatu produk adalah pelayanan saat penawaran produk, pelayanan saat pembelian/penjualan produk, dan pelayanan saat penyerahan produk yang dijual. Pelayanan yang diberikan harus ramah kepada konsumen, dan harus sabar ketika menghadapi konsumen, karena karakter para pembeli berbeda-beda, ada yang mudah dan ada yang sulit.

## 2) Konsep produk

*Homemade* Kefir Khadeejah adalah sebuah *home industry* yang memproduksi produk kesehatan dan kecantikan. Produk kesehatan berupa susu yang juga merupakan sebagai obat untuk perawatan dari dalam. Dan juga produk kesehatan berupa perawatan untuk daerah kewanitaan. Serta produk kecantikan yang digunakan untuk perawatan wajah dari luar.

Produk kesehatan dan kecantikan terbuat dari bahan-bahan yang halal untuk dikonsumsi. Karena bahan dasar pembuatan produk kesehatan dan kecantikan tersebut adalah susu murni kambing etawa dan susu sapi serta campuran dari bibit kefir yang berasal dari fermentasi susu itu sendiri. Sehingga hal ini dapat meyakinkan konsumen bahwa produk yang dipasarkan adalah produk yang aman untuk dikonsumsi. Akan tetapi produk dari *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang belum mendapatkan ijin produksi dari BPOM dan belum mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Sehingga produk kefir dikhususkan untuk kalangan tertentu yang sudah memiliki kepercayaan kepada Kefir Khadeejah.

Terdapat beberapa bentuk produk yang telah diproduksi *homemade* Kefir Khadeejah. Wujud sabun yang diproduksi adalah sabun padat dan sabun cair.

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade*) pada tanggal 7 Januari 2017.

Sabun padat berbentuk persegi panjang dengan ukuran 5x1x3 cm (p x l x t). Namun untuk menarik minat konsumen bentuk sabun diperbarui menjadi berbentuk mawar dengan diameter 4,5 cm. Toner dan kefir douch berupa cairan yang kemudian dikemas menggunakan botol plastik. Sedangkan masker dan krim wajah berupa krim yang agak kental.

### 3) Merek dagang

Merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut yang digunakan sebagai identifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual dan yang membedakannya dari produk saingan.<sup>12</sup> *Homemade* Kefir Khadeejah menggunakan lambang domba yang dibawahnya terdapat susu yang tumpah dari atas dan bagian bawah mata tulisan Kefir Khadeejah. Lambang tersebut digunakan untuk produk kecantikan berupa sabun, toner, masker dan krim wajah. Sedangkan untuk susu lambang yang digunakan adalah gambar domba dan sapi yang bersebelahan, yang dibawahnya terdapat gambar susu tumpah dari atas dan bagian bawah terdapat tulisan Kefir Khadeejah.

Lambang yang digunakan untuk produk kecantikan dan kesehatan adalah gambar domba dan sapi. Produk kecantikan hanya bisa diproduksi dengan kualitas baik jika bahan dasar dari produk kecantikan tersebut adalah susu murni dari kambing etawa. Sedangkan untuk produk susu kefir dapat diproduksi dengan bahan dasar susu kambing maupun susu sapi.

Penggunaan *brand name* Kefir Khadeejah mendukung produk yang dipasarkan, karena Khadeejah memiliki silsilah seperti nama istri Nabi Muhammad SAW yang sudah tidak diragukan lagi bahwa produk tersebut merupakan produk yang halal. Logo Kefir Khadeejah tertera gambar domba dan susunya. Dan domba merupakan hewan peliharaan Nabi Muhammad SAW, jadi hal tersebut dapat dijadikan senjata untuk merebutkan pasar dalam menarik konsumen untuk membelinya.

Pemberian merek pada produk dimaksudkan karena dengan alasan sebagai berikut:

- a. Untuk tujuan identifikasi, guna mempermudah penanganan atau mencari jejak produk yang dipasarkan.

---

<sup>12</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar...*, h. 204.



- b. Melindungi produk yang unik dari kemungkinan ditiru pesaing.
- c. Produsen ingin menekankan mutu tertentu yang ditawarkan dan mempermudah konsumen menemukan produk tersebut kembali.
- d. Sebagai landasan untuk mengadakan diferensiasi harga.<sup>13</sup>

Merek sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan atau mempertahankan jumlah penjualan. Hal ini diharapkan apabila konsumen memperoleh kepuasan dari produk Kefir Khadeejah, sehingga dengan pemberian merek, konsumen dapat mencari dan membeli produk Kefir Khadeejah kembali, karena telah diingat oleh konsumen.

Apabila merek telah dikenal oleh konsumen, maka dapat diharapkan konsumen mempunyai preferensi atas merek produk Kefir Khadeejah. Sedangkan produsen menggunakan merek untuk menunjukkan kualitas/ mutu, dengan demikian diharapkan dapat memperoleh jumlah penjualan dan penguasaan pasar yang stabil bahkan lebih besar. Selain itu merek digunakan untuk membedakan produk Kefir Khadeejah dengan produk saingan yang ada, karena konsumen mengenali produk dengan mengenali ciri-ciri produk tersebut.

Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa merek memiliki dua fungsi, yaitu:

- a. Memberikan identifikasi terhadap suatu produk, sehingga para konsumen mengenal merek dagang yang berbeda dengan produk lain.
  - b. Untuk menarik calon pembeli.
- 4) Kemasan produk

Kemasan memiliki arti penting untuk mempengaruhi para konsumen langsung maupun tidak langsung dalam menentukan pilihan terhadap produk yang akan dibelinya. Kemasan produk kesehatan dan kecantikan Kefir Khadeejah terbuat dr bahan plastik, karena kefir tidak baik bila terkena logam dalam jangka waktu yang lama. Kefir yang sudah terfermentasi mengandung asam organik dan pH nya rendah, sehingga logam tersebut dapat bereaksi yang

---

<sup>13</sup> Ibid, h. 205

membuat sebagian logam larut kedalam produk. Karena itulah semua produk Kefir Khadeejah dikemas dengan plastik.<sup>14</sup>

Masker dikemas dengan cup, dikemas dengan berat bersih 90gr. Krim wajah dikemas dengan cup kecil berat bersih 30gr dan 15gr. Toner dikemas dengan botol spray plastik dan berat bersih 80ml. Kefir douch dikemas dengan botol yang sama dengan kemasan toner. Sabun cair dikemas dengan botol plastik dan berat bersih 100ml, sedangkan sabun padat dikemas dengan plasti wrap dengan berat bersih 70gr. dan susu dikemas dengan botol plastik berukuran berat bersih 450ml, dan 1lt.

Fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus saja. Pada umumnya kemasan berfungsi untuk mencegah kerusakan secara fisik, untuk mencegah atau mempersulit pemalsuan atau peniruan, dan menjamin kebersihan. Disamping itu, kemasan dapat berfungsi sebagai alat komunikasi dengan memberikan keterangan pada kemasan itu tentang cara penggunaan, cara penyimpanan, komposisi isi produk, dan lain sebagainya.<sup>15</sup>

Setiap produk Kefir Khadeejah yang dikemas ditemplei sticker logo atau merek kefir yang berfungsi menginformasikan jenis produk tersebut. Karena produk kefir douch dengan toner bentuknya hampir sama dan yang membedakan adalah informasi yang tertera pada sticker tersebut.

#### 5) Kualitas produk

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari produsen, karena kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Untuk menjaga daya tahan produk harus disimpan dalam almari pendingin. Karena produk Kefir Khadeejah tidak menggunakan tambahan bahan kimia maupun pengawet. Sehingga Kefir Khadeejah aman bila di konsumsi oleh semua orang tanpa ada batasan usia.

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade*) pada tanggal 31 Maret 2017

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar...*, h. 209.

Kefir Khadeejah dapat mengembalikan kulit yang terkontaminasi dengan produk berbahan kimia menjadi kulit normal kembali, terutama kulit yang terkena dan mudah jerawat. Sistem kerja produk Kefir Khadeejah tidak menyembuhkan jerawat, namun mengembalikan florainormal kulit yang hilang akibat bahan kimia. Apabila florainormal tersebut sudah kembali maka akan terlihat dari kulit tersebut apabila timbul jerawat hanya jerawat biasa, tidak sampai jerawat yang meradang. Perawatan tersebut akan mendapatkan hasil yang maksimal jika dilakukan perawatan sari dalam dan dari luar, yaitu meminum susu kefir dan juga menggunakan produk kecantikan dari kefir.

Produk kefir tidak akan bekerja secara maksimal jika pemakaian kefir dicampur dengan produk lain yang mengandung bahan kimia. Meskipun produk lain tersebut halal untuk dikonsumsi. Sehingga apabila sudah memutuskan untuk memakai produk kefir harus setia dengan produk tersebut.<sup>16</sup>

Kualitas kefir dapat dibuktikan dengan testimoni-testimoni dari pelanggan yang menggunakan produk Kefir Khadeejah. Mayoritas konsumen yang mengkonsumsi Kefir Khadeejah adalah mereka yang memiliki masalah pada wajah, yaitu jerawat meradang. Dengan kesabaran dan ketelatenan dalam mengkonsumsi Kefir Khadeejah, jerawat tersebut akan mulai menipis dan sembuh, kulit akan kembali normal seperti sebelum terkena bahan kimia.

#### **b. Price (Harga)**

Harga yang ditetapkan oleh *homemade* Kefir Khadeejah setara dengan harga yang ditetapkan oleh usaha kefir yang lain. Penetapan harga yang diterapkan oleh *homemade* Kefir Khadeejah adalah penetapan harga dengan orientasi biaya dan penetapan harga dengan orientasi permintaan.

Penetapan harga dengan orientasi biaya karena harga jual produk ditetapkan dengan cara menambahkan prosentase dari total biaya. Sedangkan penetapan harga dengan orientasi permintaan dilakukan dengan cara diferensiasi harga. Diferensiasi harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan perbedaan permintaan. Ketika permintaan produk Kefir Khadeejah adalah para pelajar, maka

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade*) pada tanggal 31 Maret 2017

pemilik *homemade* memberikan harga khusus pelajar. Permintaan para pelajar adalah masker, masker yang biasanya dijual dengan harga 55.000 namun ketika pelajar yang melakukan permintaan, maka akan dibuatkan produk khusus pelajar yaitu masker dalam bentuk sachet dan harganya juga khusus, yaitu 5.000 per *sachet*. Dengan cara ini, maka produk yang sama dapat dijual dengan harga yang berbeda berdasarkan kelompok pembeli.

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk Kefir Khadeejah Rembang

No	Jenis Produk	Harga
1	Masker Green Tea 90gr	55.000
2	Masker Original 90gr	55.000
3	Masker Black Bamboo 90gr	55.000
4	Masker Anti Aging minyak bulus 90gr	85.000
5	Toner Mawar 80ml	22.000
6	Toner Lavender 80ml	22.000
7	Toner original 80ml	22.000
8	Toner Lemon 80ml	
9	Sabun Coklat 70gr	30.000
10	Sabun Moringa 70gr	30.000
11	Sabun original 70gr	30.000
12	Sabun perontok komedo 70gr	35.000
13	Sabun Cair/ Castile soap 70gr	23.000
14	Day krim 30gr	75.000
15	Night krim gogr	75.000
16	Kefir douch 80ml	23.000
17	Susu kefir 450ml	30.000
18	Masker anti aging kombucha dan kolostrom 90gr	85.000
19	Toner Fleks 80ml	25.000
20	Toner Lemon Timun 80ml	25.000
21	Sabun Fleks 70gr	35.000
22	Kefir douch	23.000
23	Krim 2 in 1 ( <i>day cream night cream</i> )	130.000
24	Masker Kefir bengkoang 90 gr	65.000
25	Masker Cup Mini 15gr	15.000
26	Masker sachet	5.000

Sumber: pemilik dan *reseler homemade* Kefir Khadeejah Rembang

**c. *Palce (tempat)***

Tempat pemasaran produk harus baik, bersih, sehat dan nyaman. Sehingga kebersihan tempat dapat menarik minat konsumen. Penyaluran produk atau saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung dilaksanakan dari pemilik *homemade* atau produsen langsung ke konsumen.

Sedangkan saluran distribusi tidak langsung adalah dari produsen Kefir Khadeejah dipasarkan di *mini market* “Azka Mart” milik pemilik *homemade* kemudian ke konsumen, selain itu di distribusikan dari produsen kepada reseller yang kemudian ke konsumen. Lokasi “Azka Mart” strategis, karena dekat dengan pasar/pusat perbelanjaan, lembaga pendidikan, instansi pemerintahan, dan dekat dengan jalan raya sehingga mempermudah perusahaan dalam memasarkan produknya ke konsumen.

Penyaluran produk apabila ada yang melakukan pembelian *online* untuk daerah yang masih dalam lingkup Kabupaten Rembang, maka pemilik *homemade* akan melakukan sistem COD (*cash on delivery*) yaitu layanan dimana konsumen/pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang dibelinya sampai ke alamat pengirim. Sedangkan untuk daerah luar Kabupaten Rembang, maka pemilik *homemade* menggunakan jasa layanan antar seperti JNE, J&T, dan pos.<sup>17</sup>

**d. *Promotion (promosi)***

Kegiatan promosi yang dilakukan *Homemade* Kefir Khadeejah Rembang adalah promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu melalui pameran. Pameran pernah dilakukan di alun-alun Rembang dan Gedung Haji Rumbut Malang Rembang dalam acara bazar produk industri lokal yang diadakan oleh Bank Jateng dan Rembang Expo yang dilaksanakan di Balai Kartini Rembang setiap tahunnya.

Selain itu pemilik *homemade* juga melakukan promosi lewat sosial media akun miliknya, yaitu *facebook* dengan akun Merlin (Kefir Khadeejah Rembang) dan mengikuti grup di *facebook* dengan akun Market Kefir Indonesia yang diikuti

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade* Kefir Khadeejah Rembang) pada tanggal 7 Januari 2017

oleh para penggiat, konsumen dan reseler, sosial media instagram dengan akun Merlin\_Kefir Khadeejah Rembang, *Black Berry Messenger* dengan pin 5c57ce36, *whatsapp* dan *line* dengan nomor 082221852412. Pemilik *homemade* juga melakukan penjualan personal, dimana pemilik *homemade* menawarkan produknya kepada pelanggan yang datang ke *mini market* “Azka Mart” miliknya.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Merlin Tri Ekasari Amd.Keb. (pemilik *homemade*) pada tanggal 31 Maret 2017.