

Proses Produksi dan Pemasaran Kapsul “Slim Gold” Untuk Membantu Mengurangi Lemak Darah Di Pt. Naturafit Thibbunnabawi

The Production Process and Marketing of “Slim Gold” Capsules to Assist in Reducing Blood Fat at PT. Naturafit Thibbunnabawi

Azzura Nour Afrielia¹, Sri Hartati²

¹Program Studi Diploma Tiga Agribisnis, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia; ²Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Tanaman berkhasiat obat menjadi salah satu komoditas unggulan yang di zaman ini terus dikembangkan pemanfaatannya. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengetahui kondisi lingkungan kerja di PT. Naturafit Thibbunnabawi Sragen (2) mengkaji proses produksi “Slim Gold” di PT. Naturafit Thibbunnabawi (3) mengkaji proses pengendalian mutu yang diterapkan oleh PT. Naturafit Thibbunnabawi, dan (4) mengkaji proses pemasaran Slim Gold di PT. Naturafit Thibbunnabawi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan sejak 9 Januari - 11 Februari 2023. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive di PT. Naturafit Thibbunnabawi. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling dan snowball sampling yang terdiri dari karyawan atau narasumber yang bertugas secara langsung di setiap kegiatan yang ada di PT. Naturafit Thibbunnabawi. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, pencatatan dokumen, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Naturafit Thibbunnabawi memiliki lingkungan kerja yang baik. Proses produksi sudah dilakukan berdasarkan peraturan BPOM dan CPOTB yang berlaku. Pengendalian mutu yang diterapkan sudah sesuai prosedur teori. Strategi pemasaran dan bauran pemasaran Slim Gold telah dilakukan oleh PT. Naturafit Thibbunnabawi dengan baik meskipun masih terdapat beberapa kekurangan dalam hal sistem pemasaran.

Kata Kunci: bauran pemasaran; obat; tradisional; herbal

Abstract

Medicinal plants have become one of commodities that in this era continue to be developed for their utilisation. Purpose of this study are (1) knowing the condition of the work environment at PT Naturafit Thibbunnabawi Sragen (2) examine the production process of ‘Slim Gold’ at PT. Naturafit Thibbunnabawi (3) examine the quality control process applied by PT Naturafit Thibbunnabawi Sragen (3) examine the quality control process applied by PT Naturafit Thibbunnabawi, and (4) examining the marketing process of Slim Gold at PT Naturafit Thibbunnabawi Sragen. Thibbunnabawi. The research method used is descriptive qualitative. The research was conducted from 9 January - 11 February 2023. The research location The research location was determined purposively at PT Naturafit Thibbunnabawi. Informants were selected with purposive sampling and snowball sampling techniques consisting of employees or resource persons who are directly in charge of every activity in PT. Naturafit Thibbunnabawi. Data collection in this study was conducted by observation, interview, document recording, and literature study. The results showed that PT Naturafit Thibbunnabawi has a good work environment. good working environment. The production process has been carried out based on BPOM and CPOTB regulations that apply. Quality control that is applied is in accordance with the theoretical procedures. according to the theoretical procedure. Slim Gold’s marketing strategy and marketing mix have been carried out by PT Naturafit Thibbunnabawi well even though there are still some shortcomings in terms of the marketing system. some shortcomings in terms of the marketing system.

Keywords: marketing mix; medicine; traditional; herbal

* **Corresponding author:**

Citation: Afrielia, A. dan Hartati, S. (2023). Proses Produksi dan Pemasaran Kapsul “Slim Gold” Untuk Membantu Mengurangi Lemak Darah Di Pt. Naturafit Thibbunnabawi, 2(2), 13–22. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v2i2.93297>

PENDAHULUAN

Tanaman berkhasiat obat menjadi salah satu komoditas unggulan yang di zaman ini terus dikembangkan pemanfaatannya. Dilansir dari laman Dinas Kesehatan Kabupaten Kediri, bahwa Indonesia memiliki 9.600 spesies tanaman berkhasiat obat dan kurang lebih 300 spesies digunakan sebagai bahan pengobatan tradisional oleh industri obat tradisional. Sebanyak 80% tanaman obat yang ada di dunia terdapat di Indonesia dan bisa dimanfaatkan sebagai ramuan atau obat herbal untuk pencegahan maupun membantu proses pengobatan suatu penyakit. Penggunaan tanaman obat semakin meningkat. Tanaman obat yang diolah menjadi obat tradisional sejak jaman dahulu telah banyak digunakan oleh manusia. Penggunaan obat tradisional lebih digemari karena minim efek samping dibandingkan dengan obat kimia. Khasiatnya ampuh menyembuhkan penyakit dan penggunaannya lebih efektif dan ekonomis. Potensi yang bagus dari tanaman obat maka produk obat tradisional memiliki prospek bisnis atau peluang yang bagus untuk dikembangkan.

PT. Naturafit Thibbunnabawi menjadi salah satu produsen obat tradisional yang bergerak pada bidang pengolahan tanaman berkhasiat obat dalam bentuk jamu yang dikembangkan menjadi produk berbentuk kapsul. Perusahaan PT. Naturafit Thibbunnabawi berlokasi di Dukuh Wirorejan RT 23/IV, Dusun 1, Pilang, Masaran, Sragen, Jawa Tengah. Perusahaan didirikan oleh Bapak Dwi Sartono pada tanggal 1 Juli 2007. Perusahaan ini telah terdaftar di BPOM, memiliki sertifikasi halal, dan bersertifikat CPOTB sehingga terjamin keamanan, kualitas, dan mutu produknya. Salah satu produk buatannya adalah Kapsul "Slim Gold" yang dibuat dari serbuk tanaman jati belanda (*Guazuma*), tanaman kemuning (*Murraya paniculata* L.Jack), dan kunci pepet (*Kaempferia angustifolia*). Kapsul ini bermanfaat untuk membantu menurunkan lemak tubuh sehingga dapat memperoleh berat badan yang ideal.

Campuran dari tiga tanaman berkhasiat obat yakni jati belanda, kunci pepet, dan kemuning baik dimanfaatkan potensi kandungannya untuk dibuat menjadi kapsul penurun lemak dalam tubuh. Oleh karena itu, komoditas tanaman jati belanda, kunci pepet, dan kemuning memiliki peluang bisnis sebagai tanaman berkhasiat obat karena dapat dimanfaatkan sebagai alternatif obat menurunkan lemak tubuh sehingga dapat juga digunakan untuk membantu proses menurunkan berat badan dan melangsingkan tubuh. Klinik Saintifikasi Jamu Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional menggunakan ramuan yang terdiri dari jati belanda, kemuning, kelembak, dan tempuyung sebagai penurun berat badan (Pamadyo et al., 2015).

Perlu adanya pemasaran yang fokus dan konsisten untuk mempromosikan penjualan obat tradisional. Apalagi setelah era pandemi Covid-19 selesai, eksistensi obat tradisional semakin meningkat. Masyarakat kembali menyukai dan mengincar obat yang alami, tentu saja ini membutuhkan pemasaran yang luas tidak hanya konvensional lewat toko, selebaran, ataupun banner tetapi juga perlu memperluas jaringan dan pengenalan tentang produk di internet (digital). Tidak hanya memperluas jangkauan di internet tapi juga perlu meningkatkan *brand awareness* atau kesadaran masyarakat tentang tujuan dan identitas produk tersebut. Branding ini bisa melalui konsistensi mengunggah konten yang ada di media sosial dan website. Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran obat herbal Jamur Dewa pada PT.WXYZ faktor internal kekuatan dengan nilai tertinggi yaitu

faktor penjualan secara online lebih mudah dalam menjangkau konsumen (0,521), sedangkan faktor internal kelemahan tertinggi adalah kurangnya edukasi tentang khasiat jamur dewa kepada masyarakat (0,693) (Retno, 2018).

Oleh karena itu, adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengetahui kondisi lingkungan kerja di perusahaan agrofarmaka, khususnya di PT. Naturafit Thibbunnabawi Sragen (2) mengetahui proses produksi obat tradisional “Slim Gold” untuk membantu menurunkan lemak tubuh yang sesuai dengan CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional Yang Baik dan Benar) di PT. Naturafit Thibbunnabawi (3) mengetahui dan memahami secara langsung proses pengendalian mutu yang diterapkan oleh PT. Naturafit Thibbunnabawi Sragen, dan (4) mengetahui dan memahami proses pemasaran pengolahan obat herbal untuk menurunkan lemak tubuh di PT. Naturafit Thibbunnabawi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan sejak 9 Januari hingga 11 Februari 2023. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive yakni di PT. Naturafit Thibbunnabawi yang berlokasi di Dukuh Wirorejan, RT 23 RW 04, Pilang, Masaran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling yang terdiri dari karyawan atau narasumber yang bertugas secara langsung di setiap kegiatan yang ada di PT. Naturafit Thibbunnabawi. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, pencatatan dokumen, dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

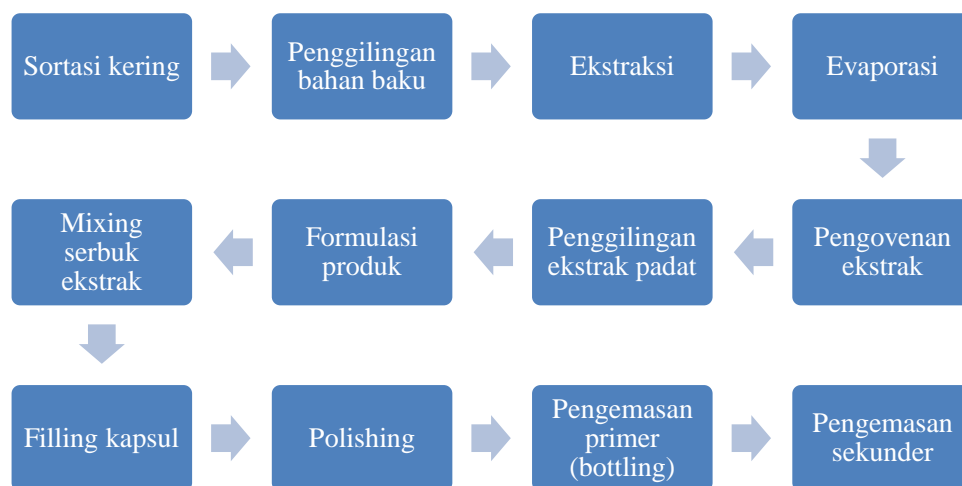
Kondisi Lingkungan Kerja di PT. Naturafit Thibbunnabawi

Perusahaan PT. Naturafit Thibbunnabawi memiliki kurang lebih 100 karyawan dengan mayoritas laki-laki. Perusahaan membagi proses produksi yang ditangani oleh pekerja laki-laki adalah bagian pemindahan bahan baku, penggilingan, ekstraksi, mixing, filling kapsul, formulasi produk, laboratorium, dan sebagian dani kantor. Pekerja perempuan menangani proses bottling, pengemasan sekunder, sebagian dari tim R&D, marketing, dan quality control. Sebanyak 80% dari pekerja berasal dari lingkungan sekitar PT. Naturafit Thibbunnabawi. Tingkat pendidikan yang pekerja berbeda-beda sesuai dengan jobdesk yang dijalani.

PT. Naturafit Thibbunnabawi beroperasi 6 hari kerja, senin-jumat mulai jam 07.30 sampai dengan 16.00. Sedangkan hari Sabtu jam 07.30 sampai jam 15.30. Sistem kerja ada yang menggunakan sistem shift yang dilakukan pekerja laki-laki untuk proses ekstraksi dan filling, dikarenakan proses ini memerlukan perhatian khusus dan berlangsung selama 24 jam. Setiap pekerja yang berhalangan untuk bekerja diwajibkan untuk izin ke supervisor. Cuti dan perizinan karyawan sudah diatur dalam peraturan yang telah diciptakan. Sistem gaji yang berlaku di perusahaan diberikan berdasarkan pangkat, jabatan, keahlian, ketetapan Upah Minimum Regional, keuangan perusahaan, prestasi kerja, dan tanggungan beban biaya hidup karyawan sehingga gaji karyawan satu dengan yang lain berbeda-beda. Selain gaji pokok perusahaan juga memberikan bonus dan tunjangan kepada karyawannya.

Produksi Obat Tradisional “Slim Gold” di PT. Naturafit Thibbunnabawi

Proses produksi kapsul Slim Gold dilakukan di pabrik PT.Naturafit Thibbunnabawi. Produksi kapsul ini memiliki frekuensi yang berbeda-beda setiap tahunnya karena tergantung dari permintaan pesanan karena sistem produksi dari perusahaan ini menggunakan sistem PO (Pre-Order), oleh karena itu produk kapsul Slim Gold tidak setiap saat di produksi oleh perusahaan. Perusahaan setiap bulannya memproduksi 50-60 jenis produk dengan setiap 1 produknya berjumlah sebanyak minimal 500 pcs/botol. Pada periode terakhir ini kapsul Slim Gold terjual sejumlah 1000 botol. Adapun tahapan proses produksi sediaan kapsul Slim Gold di Pt. Naturafit Thibbunnabawi adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Alir Produksi Kapsul Slim Gold

Sortasi Kering

Sortasi kering adalah proses pemisahan bahan baku kering seperti simplisia sehingga layak digunakan. Proses sortasi yang dilakukan di perusahaan dilakukan secara manual yang bertujuan memisahkan simplisia bahan baku dari benda asing dan simplisia yang rusak atau tidak layak pakai. Sortasi dilakukan dengan menyortir atau memilah dengan teliti simplisia yang akan digunakan.

Penggilingan Bahan Baku

Proses penggilingan dilakukan menggunakan mesin *hammer mill*. Pada produk kapsul *Slim Gold*, simplisia bahan bakunya yaitu daun jati belanda, kemuning, dan kunci pepet dilakukan penggilingan juga. Penggilingan hanya dilakukan sesuai permintaan proses ekstraksi yang telah disusun atau diresepkan oleh tim RnD. Penggilingan bertujuan untuk memperkecil ukuran simplisia yang nantinya akan mempermudah proses pelarutan saat diekstraksi menggunakan etanol.

Ekstraksi

Proses ekstraksi menggunakan 2 metode, yaitu metode maserasi dan infundasi. Metode maserasi digunakan untuk simplisia rimpang (kunci pepet) dengan menggunakan pelarut alkohol. Metode infundasi digunakan untuk simplisia daun (jati belanda, kemuning) dengan memanaskan serbuk kasar hasil gilingan simplisia kemudian direndam menggunakan pelarut air. Pada setiap tahap akhir ekstraksi, hasil rendaman dipanaskan hingga mencapai suhu maksimal 90°C selama 15 menit.

Evaporasi

Evaporasi adalah kegiatan menguapkan zat pelarut dengan cara dipanaskan dengan suhu tertentu. Ekstraksi bahan baku kapsul *Slim Gold* menggunakan mesin evaporator modern dengan tujuan untuk melarutkan pelarut yang dipakai di masing-masing ekstrak simplisia. Larutan ekstrak jati belanda, kemuning, dan kunci pepet diekstrak secara terpisah. Larutan ekstrak dipanaskan dalam suhu 70-80 °C hingga pelarut menguap dan kondisi ekstrak sedikit mengental. Setelah ekstrak mengental ditambahkan filler (eksipten). Bahan tambahan ini berupa amilum ataupun laktosa.

Pengovenan Ekstrak

Proses pengovenan dilakukan pada saat ekstrak bersuhu 50°C. Proses pengovenan dilakukan untuk mengurangi kadar air dalam ekstrak. Pengovenan menggunakan sumber panas dari 20 lampu dengan masing-masing memiliki tegangan sebesar 100 watt. Lama proses pengovenan adalah sampai ekstrak mengering (3-5 hari). Pemantauan dilakukan agar mendapat ekstrak yang kering merata. Ekstrak yang sudah mengering kemudian dibiarkan dingin dan siap untuk proses penggilingan.

Penggilingan Ekstrak Padat

Proses penggilingan menggunakan mesin *hammer mill*. Hasil dari penggilingan berupa serbuk halus yang nantinya akan menjadi serbuk untuk isi kapsul. Setelah itu, staf *quality control* akan mengecek kadar air. Kadar air yang ditentukan agar serbuk ekstrak lolos dan dapat disimpan di ruang formulasi adalah kurang dari 10%. Kemudian serbuk ekstrak diletakkan di ruang formulasi dan disimpan di dalam wadah plastik berbentuk kotak dengan berlabelkan identitas berupa nama simplisia, tanggal kadaluarsa, dan jumlah stoknya.

Formulasi Produk

Proses formulasi produk dilakukan ketika ekstrak sudah melalui proses penimbangan dan pengecekan kadar air. Proses formulasi produk dilakukan dengan menimbang serbuk ekstrak sesuai resep. Formulasi untuk setiap kapsul *Slim Gold* yaitu 400 mg Kemuning (*Murrayae paniculata extract*), 133 mg Jati Belanda (*Guazumae Ulnifolia foliumi extract*), dan 67 mg kunci pepet (*Kaempferia Angustifolia extract*). Setelah itu, serbuk yang telah ditimbang dimasukkan ke plastik dan disimpan di dalam wadah kotak tertutup. Suhu ruangan formulasi antara 20-25°C dengan kelembaban udara 60.

Mixing Serbuk Ekstrak

Proses *mixing* atau pencampuran serbuk ekstrak dilakukan untuk mencampur semua serbuk ekstrak bahan baku yang digunakan pada suatu produk. Pencampuran serbuk ekstrak dilakukan di dalam ruangan *mixing* dengan menggunakan wadah plastik kotak untuk tempatnya dan mesin penggiling serta mesin *mixing* untuk penunjangnya. Kemudian serbuk ekstrak kapsul Slim Gold dilakukan pengovenan selama 45 menit.

Filling Kapsul

Proses *filling* kapsul dilakukan setelah serbuk ekstrak siap dari proses pencampuran dan lolos pengujian QC. *Filling* kapsul merupakan kegiatan memasukkan serbuk ekstrak ke dalam cangkang kapsul. PT. Naturafit Thibbunnabawi

menggunakan mesin otomatis dan semi otomatis untuk melakukan proses *filling* kapsul. Dalam sekali proses *filling* menggunakan mesin *filling* semi otomatis menghasilkan 360 kapsul.

Polishing

Proses *polishing* adalah proses membersihkan kapsul dari kotoran yang menempel di cangkang kapsul dan memisahkan kapsul yang tidak layak atau rusak. Proses *polishing* menggunakan mesin *polishing*. Kapsul yang keluar kemudian akan disortasi. Kapsul yang lolos sortasi akan dibawa ke ruang proses *bottling*.

Pengemasan Primer (Bottling)

Pengemasan primer adalah proses pengemasan menggunakan kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk, yang berfungsi sebagai wadah dan pelindung produk. Kemasan kapsul *Slim Gold* menggunakan botol *Proround* putih berisi 50 kapsul. Proses *Bottling* menggunakan mesin otomatis dan semi otomatis. Botol yang sudah siap dan terisi kapsul akan dilakukan pengecekan uji keseragaman bobot botol. Botol yang lolos uji kemudian akan dimasukkan di Ruang Antar Barang untuk menunggu dikemas di ruang pengemasan sekunder.

Pengemasan Sekunder

Kapsul yang telah dimasukkan ke botol kemudian akan dikemas dengan kemasan sekunder. Sebelum mengemas terlebih dahulu harus melakukan pengecekan stok kemasan sekunder dan komponen pelengkapannya di ruang *warehouse*. Komponen pelengkap kemasan sekunder selain kardus kemasan terdiri dari hologram, plastik sring dan label stiker.

Pengendalian Mutu Produk di PT. Naturafit Thibbunnabawi

Quality Control (QC)

Quality Control penting dilakukan di dalam setiap proses yang berjalan di perusahaan. Kegiatan pengendalian mutu ini dilaksanakan oleh seorang *staff QC* untuk mengetahui apakah produk yang telah diperiksa layak untuk diloloskan atau tidak. Setiap staf yang terlibat dalam kegiatan produksi harus melakukan kegiatan dokumentasi pada form yang telah dibuat oleh perusahaan. Hal ini guna memudahkan proses pelacakan ketika terdapat penyimpangan di kemudian hari. *Quality Control* berperan dalam menjaga proses produksi dan kualitas produknya agar sesuai standar yang ditetapkan dan CPOTB. Terdapat banyak kebijakan yang dibuat usaha menjaga dan meningkatkan kualitas produk, salah satunya dengan melakukan pengendalian mutu dari proses penyediaan bahan baku sampai produk siap didistribusikan.

Sanitasi dan Hygiene

Sanitasi adalah upaya untuk menjaga kebersihan lingkungan kerja dan kegiatan pengolahan produk yang berlangsung. *Hygiene* adalah upaya untuk menjaga kebersihan dan kesehatan setiap individu yang terlibat langsung dalam proses produksi produk. Proses sanitasi dan *higiene* ini juga berperan dalam menjaga kualitas produk. Proses sanitasi dilakukan setelah dan sebelum menjalankan proses produksi. Sanitasi bertujuan untuk menjaga kebersihan tempat dan alat yang digunakan untuk produksi. Setiap staf dan QC yang terlibat dalam kegiatan produksi wajib mencatat pada form yang sudah disediakan oleh

perusahaan. Form ini berisi tentang kebersihan ruang dan alat produksi apakah sudah bersih atau tidak, identitas produk sebelumnya yang telah menggunakan ruangan dan alat tersebut, serta nama staf yang menjalankannya.

Pemasaran Pengolahan Obat Herbal di PT. Naturafit Thibbunnabawi

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu perencanaan yang terdapat di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain (Musyawarah dan Idayanti, 2022). Strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Berkat strategi pemasaran yang baik dan konsisten perusahaan berhasil memproduksi 50-60 produk perbulannya dengan setiap 1 produknya berjumlah minimal 500 botol.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi geografis adalah dengan memasarkan kapsul *Slim Gold* di setiap kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Berdasarkan demografis kapsul *Slim Gold* dibuat untuk masyarakat menengah ke bawah yang ingin menurunkan berat badan melalui penurunan lemak tubuh. Berdasarkan psikografis perusahaan menyoroti konsumen yang sedang ingin diet, orang dengan berat badan berlebih, wanita, dan penyuka pengobatan herbal.

2. Target Pasar

Target pasar yang menjadi sasaran produk kapsul *Slim Gold* yaitu wanita dewasa usia 30 tahun ke atas, orang gemuk, orang yang sedang menjalani program diet, ibu rumah tangga, dan peminat obat herbal.

3. Positioning

Positioning perusahaan secara bertahap bahwa kapsul *Slim Gold* dapat menjadi alternatif obat mengurangi lemak serta kolesterol dan penunjang program diet. Kapsul *Slim Gold* dapat juga membantu mengurangi lemak dan kolesterol untuk orang yang memiliki kadar kolesterol tinggi untuk pencegahan penyakit yang ditimbulkan akibat lemak dan kolesterol yang tinggi.

Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Marketing Mix menjadi hal penting dalam pemasaran karena akan menentukan keputusan calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Bauran pemasaran memiliki item yakni produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi. Maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran ialah senjata perusahaan untuk memasarkan produknya agar dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen (Setiawan dan Sugiharto, 2014).

1. Produk

Perusahaan menganalisa kebutuhan pasar sebelum membuat dan memasarkan kapsul *Slim Gold*. Masyarakat perlu obat herbal yang dapat membantu mengurangi lemak dan sebagai penunjang diet yang aman dan bebas kandungan bahan kimia. Banyaknya masyarakat yang mengeluhkan kolesterol tinggi dan kadar lemak tinggi yang dialami orang gemuk, menjadikan kapsul *Slim Gold* sebagai solusi untuk alternatif mengatasi permasalahan ini. Pembuatan produk

kapsul *Slim Gold* disesuaikan dengan strategi pemasaran perusahaan berdasarkan atas target pasar, segmentasi pasar, dan *positioning* produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

2. Harga

Penetapan harga diserahkan oleh agen dan distributor, namun perusahaan telah menetapkan harga eceran terendah dan harga eceran tertinggi. Menurut Soei *et al.*, (2014) harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Harga produk *Slim Gold* yang ada di *e-commerce* mulai dari Rp55.000 hingga Rp129.000. Harga jual ditentukan mulai dari diketahuinya harga pokok produksi yang dibuat perusahaan sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Penetapan harga pokok produksi berperan penting karena sebagai analisa rencana dan kekuatan pemasaran pada perusahaan. Penentuan harga jual juga sebagai perencanaan laba perusahaan. Penentuan harga pokok produksi dibuat oleh tim marketing dan tim R&D dengan mencatat segala macam biaya yang telah dikeluarkan.

3. Lokasi/Tempat

Perusahaan PT. Naturafit Thibbunnabawi berlokasi di Dukuh Wirorejan RT 23/IV, Dusun 1, Pilang, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Jalur transportasi Kecamatan Masaran yang ramai dekat dengan Jalan Raya Solo Sragen, Gerbang Tol Solo-Kertosono, Stasiun Masaran menjadikan perusahaan berada di lokasi yang strategis dan mudah dalam pengiriman dan mobilitas distribusi. Perusahaan sudah melakukan kegiatan strategi pemasaran berdasarkan atas segmentasi geografis yaitu memilih tempat produksi dan pemasaran di daerah yang strategis dan memiliki akses transportasi yang mudah. Perusahaan juga menyediakan wadah informasi di *website* yang akan memudahkan konsumen untuk mengenal produk perusahaan dan media sosial yang akan meningkatkan eksistensi produk serta perusahaan di masyarakat. Konsumen dapat mengenal produk kapsul *sambiloto* pada *website* resmi PT. Naturafit Thibbunnabawi yaitu naturafit.co.id.

4. Promosi

Promosi dilakukan secara online dan offline. Online dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai wadah menjalankan digital marketing untuk proses promosi. Adapun langkah untuk sistem promosi online melalui media sosial adalah dengan mendesain pamflet tentang produk, membuat video profil, membuat copywriting, dan konsisten mengunggah konten promosi. Promosi *Offline* dilakukan melalui agen dan distributor yang akan mempromosikan produk secara langsung di wilayah masing-masing. Agen dan distributor ini sudah bekerjasama dengan perusahaan. PT. Naturafit Thibbunnabawi berperan sebagai tempat produksi yang menghasilkan produk sedangkan untuk pemasarannya diserahkan kepada distributor dan dipantau oleh tim marketing perusahaan.

Sistem Pemesanan

Sistem pemesanan produk menggunakan sistem *Pre-Order*. Pemesanan secara *online* dapat melalui media sosial dan *website* perusahaan. Pemesanan produk secara *offline* dapat berkunjung langsung di alamat perusahaan di Dukuh Wirorejan, RT 23/RW 04 Desa Pilang, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Pemesanan juga bisa melalui agen atau distributor perusahaan. Jumlah produk akan dikirimkan sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati kurang lebih selama 1 bulan. *Instagram* PT. Naturafit terkait pemesanan, promosi produk, jasa maklon, dan hubungan masyarakat tersedia di akun *instagram* @nathin_official. *Website* perusahaan dapat dijangkau di www.naturafit.co.id, www.sehatherba.com. Platform jual beli produk secara *online* dapat ditemukan di Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee.

Distribusi

PT. Naturafit menggunakan metode distribusi tidak langsung dan intensif. Distribusi tidak langsung yaitu perusahaan mendistribusikan produknya dengan agen atau perusahaan distributor. Salah satu distributor perusahaan adalah Enef. Distribusi intensif yaitu dengan mendistribusikan produk melalui pihak ritel; seperti apotek dan toko jamu. Pihak ritel inilah yang akan menjual produk secara ecer kepada konsumen untuk dikonsumsi secara pribadi.

KESIMPULAN

PT. Naturafit Thibbunnabawi merupakan perusahaan yang berlokasi di Kabupaten Sragen dengan waktu operasional selama 6 hari kerja. Perusahaan ini memiliki kurang lebih 100 pekerja. Mayoritas pekerja berasal dari lingkungan sekitar perusahaan dengan tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Berkaitan dengan cuti, perizinan, dan gaji sudah diatur dalam peraturan yang telah diciptakan dan disepakati. Selain gaji pokok, perusahaan juga memberikan bonus dan tunjangan kepada karyawannya.

Proses produksi kapsul Slim Gold dilakukan dengan tahapan sortasi kering bahan baku, penggilingan kasar, ekstraksi bahan baku, evaporasi, pengovenan ekstrak padat, penggilingan ekstrak, formulasi produk, mixing produk, filling kapsul, polishing, bottling, dan pengemasan sekunder. Proses produksi sudah dilakukan sesuai dengan teori karena pelaksanaan produksi berdasarkan atas peraturan BPOM dan CPOTB yang berlaku. Pengendalian mutu atau sistem quality control yang diterapkan di PT. Naturafit Thibbunnabawi sudah sesuai prosedur teori. Kegiatan quality control meliputi dokumentasi dan pengecekan pada proses awal produksi, proses tengah produksi, dan proses akhir produksi hingga produk jadi dan dilakukan pengujian stabilitas pasca pemasaran di Laboratorium setiap 3 bulan sekali.

Strategi pemasaran produk PT. Naturafit Thibbunnabawi menggunakan 3 hal, yakni segmentasi pasar, target pasar, dan positioning produk berdasarkan 4P (product, price, place, promotion). Slim Gold merupakan obat herbal yang dibuat untuk masyarakat menengah ke bawah yang ingin menurunkan berat badan melalui penurunan lemak tubuh dengan fokus wilayah di Jawa Tengah. Harga produk ini mulai dari Rp55.000 – Rp129.000. Lokasi perusahaan berada di Dukuh Wirorejan RT 23/IV, Dusun 1, Pilang, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen. Lokasi tersebut strategis dan mudah dalam pengiriman dan mobilitas distribusi. Promosi dilakukan secara online (media sosial) dan offline (agen dan distributor). Sistem pemesanan

produk menggunakan Pre-Order yang dapat diakses secara online (media sosial, website, e-commerce) dan offline (perusahaan, agen, distributor).

Berdasarkan hasil penelitian, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah (1) diharapkan PT. Naturafit Thibunnabawi memberikan solusi untuk pemakaian alat pelindung diri (APD) yang lebih nyaman namun tetapi aman bagi karyawan proses ekstraksi, (2) diharapkan perusahaan menata kembali tatanan ruang proses ekstraksi agar terstruktur dan pada saat proses ekstraksi tidak tercampur dengan proses ekstraksi produk lainnya, (3) diharapkan perusahaan juga membuat ruang antar barang (RAB) di depan gudang langsung agar tidak perlu masuk ke ruang ekstraksi yang seharusnya steril, (4) diharapkan perusahaan menambah strategi marketing yang lain agar memperoleh pasar yang lebih luas lagi sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Admadi, B. 2009. Mempelajari Bagian Tanaman Dan Konsentrasi Ekstrak Kunci Pepet (*Kaempferia Rotunda L*) Yang Mempunyai Sifat Repelan Nyamuk *Aedes aegypti*. *J Agrotekno*. Vol 15(2), 43-48.
- Agustina, A dan Sunrowiyati, S. 2016. Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *J Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. Vol 1(1), 104- 114.
- Khakim, N.A dan Atun, S. 2017. Pembuatan Nanopartikel Ekstrak Kunci Pepet (*Kaempferia Rotunda*) Dengan Alginat Pada Berbagai Variasi Konsentrasi Ion Kalsium. *J Kimia Dasar*. Vol 6(1), 45-49.
- Musyawah, Y.I dan Idayanti, D. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *J Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol 1(1), 8-9.
- Najib, et al. 2016. Standarisasi Ekstrak Air Daun Jati Belanda Dan Teh Hijau. *J Fitofarmaka Indonesia*. Vol 4(2), 54-56.
- Nur, A., Sinaga, B.A., dan Effendi, C. 2020. Pengaruh Promosi Offline dan Online Terhadap Keinginan UMKM untuk Bermitra dengan SMESCO Indonesia. *J Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*. Vol 4(2), 155-165.
- Octavanny, V. 2021. Analisis Model Bisnis pada UMKM Kuliner yang Menerapkan Konsep Sharing Food. *J Penelitian bisnis dan Pariwisata*. Vol 1(1), 1-15.
- Pamadyo, S. Novianto, F. dan Mujahid, R. 2015. Observasi Klinik Ramuan Jamu untuk Menurunkan Berat Badan. *J Farmasi Sains dan Terapan*. Vol 2(1).
- Pradono, I.D., et al. 2011. Inhibisi Lipase Pankreas secara In Vitro oleh Ekstrak Air dan Etanol Daun Asam Jawa (*Tamarindus indica*) dan Rimpang Kunci Pepet (*Kaempferia rotunda*). *J Natur Indonesia*. Vol 13(2), 146-1154.
- Puspitasari, I dan Juliono. 2019. Analisis Segmentasi Pasar Dan Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2018. *J Ilmiah Ekonomi Manajemen*. Vol 10(2), 23-25.
- Retno, D. 2018. Strategi Pemasaran Obat Herbal Studi Kasus Pada Perusahaan Obat Herbal Jamur Dewa Di Kabupaten Malang. Skripsi Sarjana Universitas Brawijaya.
- Setiawan, W dan Sugiharto, S. 2014. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *J Manajemen Pemasaran*. Vol 2(1), 8-9.
- Soei, N.C., Sabijono, H., dan Runtu, T. 2016. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. *Sinar Sakti*. *J EMBA*. Vol 2(3), 208-217.
- Triyani Sumiati, et al. 2020. Sintesis Dan Karakterisasi Cangkang Kapsul Keras Dani Gelatin Tulang Ikan Lele Dumbo (*Clarias Gariepinus*). *J Farmamedika* Vol 5(2), 3-6.
- Wiwaha, Guswan. 2015. Konsep Pembuatan Obat Tradisional yang Baik pada Pengobatan Tradisional di Provinsi Jawa Barat. *Korespondensi JSK*. Vol 1(1), 45-48.
- Yuniarti, L. Et al. 2016. Potensi Ekstrak Air Daun Sirsak Sebagai Penurun Kolesterol dan Pengendali Bobot Badan. *J Acta Veterinaria Indonesia*. Vol 4(2), 82-87.