

PEMANFAATAN DAUN KEMANGI (TEA MANG) SEBAGAI INOVASI MINUMAN HERBAL DALAM MENDORONG KEWIRAUSAHAAN BERBASIS POTENSI LOKAL DI PRINGSEWU

Tri Arya Putra¹, Eka Nurzanah², Alia Damaiyanti³, Tika Putri Utami⁴, Nur Isyanto⁵

^{1,3,4} Universitas Aisyah Pringsewu, Lampung Indonesia

² Universitas Ma' Arif Lampung, Lampung Indonesia

⁵ Sekolah Tinggi Agama Islam Nuru Iman Parung Bogor, Indonesia

Ekanurzanah67@gmail.com

Abstrak

Permasalahan kesehatan akibat konsumsi minuman instan berbahan kimia semakin meningkat, sehingga mendorong kebutuhan alternatif minuman sehan berbahan alami. Salah satu tanaman lokal yang memiliki potensi sebagai dasar minuman fungsional daun kemangi. Tea Daun Kemangi merupakan inovasi minuman herbal yang memiliki potensi bisnis menjanjikan, khususnya di wilayah Pringsewu, karena minimnya pesaing sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk menawarkan keunggulan utama berupa kandungan alami daun kemangi (*Ocimum basilicum*) yang kaya manfaat kesehatan, seperti membantu mengontrol kadar gula darah dan meningkatkan daya tahan tubuh. metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan bahan baku, pengelolaan daun kemangi melalui proses pengeringan. hasil penelitian ini dengan biaya produksi yang terjangkau dan harga jual kompetitif, produk ini memberikan margin keuntungan yang cukup baik. Selain itu, aroma khas dan khasiat daun kemangi menjadikan Tea Daun Kemangi memiliki daya tarik tersendiri di pasar minuman herbal lokal. Strategi pengembangan ke depan mencakup inovasi dalam varian rasa dan kemasan menarik tanpa mengurangi khasiat produk, sehingga memperluas jangkauan pasar, termasuk segmen konsumen dengan gangguan gula darah. Hal ini menunjukkan bahwa Tea Daun Kemangi tidak hanya potensial sebagai produk kesehatan, tetapi juga sebagai peluang bisnis kreatif.

Kata kunci : Peluang bisnis kreatif, Inovasi, Teh Daun kemangi

Abstract

Health concerns due to the widespread consumption of instant drinks containing synthetic chemicals have led to an increasing demand for natural and healthier beverage alternatives. One promising local ingredient is basil leaves (*Ocimum basilicum*), known for their beneficial properties, including helping to regulate blood sugar and boost immunity. This study introduces Basil Leaf Tea, an innovative herbal drink made from dried basil leaves, offering both health benefits and business potential. The product is particularly promising in the Pringsewu area, where competition in the herbal beverage market is minimal. The research methods included sourcing and processing basil leaves through drying, followed by product formulation and evaluation. The results showed that with affordable production costs and competitive selling prices, Basil Leaf Tea offers a good profit margin. Its unique aroma and health benefits enhance its appeal among local consumers. Future development strategies focus on flavor diversification and attractive packaging to increase market reach, especially among consumers with blood sugar concerns. The study concludes that Basil Leaf Tea is not only a potential functional health product but also a viable creative business opportunity based on local resources. Its combination of

health value, affordability, and market potential supports its development as a competitive herbal beverage.

Keywords: *Creative business opportunity, innovation, basil leaf tea*

Pendahuluan

Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung lebih cepat dan instan, sehingga kesehatan menjadi perhatian utama dalam gaya hidup modern, maka hal ini mendorong munculnya berbagai inovasi di bidang makanan dan minuman. Salah satu tren yang semakin populer adalah minuman herbal yang tidak hanya menyegarkan tetapi juga memiliki manfaat kesehatan. Minuman yang familiar di kalangan masyarakat adalah minuman tea. Akan tetapi, apa jadinya jika tea tersebut terbuat dari daun kemangi (*Ocimum basilicum*).

Daun kemangi adalah salah satu tanaman yang mudah dijumpai, selama ini daun kemangi biasanya digunakan untuk pelengkap hidangan yaitu sebagai lalapan pendamping makan masyarakat. Tidak banyak masyarakat yang mengetahui daun kemangi bisa dijadikan minuman yang memiliki khasiat bagi kesehatan. Maka dari itu hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan produk berupa tea daun kemangi. Dengan harapan produk tea daun kemangi dapat memberikan manfaat terhadap konsumen serta memberikan peluang bisnis apabila diolah dengan baik (Widyawati, 2017).

Akan tetapi tanpa bisa dipungkiri pula, Tea Daun Kemangi belum banyak orang yang tahu. Dengan adanya produk Tea daun kemangi ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat sebagai produk minuman sehat. Sehingga hal ini menjadi tantangan serta peluang usaha untuk mengenalkan minuman sehat dari daun kemangi. Agar produk tea daun kemangi ini bisa dikenal lebih luas dan mudah diingat maka kami menamai brand ini adalah Tea Mang yaitu Teh daun Kemangi.

Analisis Kompetitor

Produk teh daun kemangi ini terbilang jarang diproduksi oleh produsen. Sesuai analisis yang telah dilakukan hanya beberapa produsen yang telah menjual produk ini di market place secara online (Fatyandri et al., 2023). Sehingga, hal ini menjadi dasar peluang bisnis yang sangat besar. Terutama jika produk Tea daun kemangi berinovasi dalam berbagai rasa varian, maka akan menambah peluang yang sangat lebih besar lagi.

Keunggulan Komoditas Usaha

Tujuan dari pembuatan produk Tea Daun Kemangi ini adalah untuk memanfaatkan peluang usaha yang masih minim terhadap produk tea daun kemangi. Serta membuktikan bahwa daun kemangi tidak hanya untuk pelengkap makanan. Namun, dapat menjadi alternatif minuman herbal yang

menyehatkan. teh daun kemangi memiliki banyak manfaat untuk kesehatan karena salah satunya adalah antioksidan (Syarifuddin et al., 2020), selain daripada itu, berikut ini adalah manfaat teh daun kemangi: 1) mencegah gangguan pernapasan, 2) meredakan stress dan 3) mengatur gula darah serta 4) menjaga kesehatan gigi dan mulut.

Dilihat dari beberapa manfaat tersebut diatas, maka keunggulan produk kami adalah dalam bidang kesehatan yang baik bagi tubuh. Selain daripada itu, rencana kami akan memberikan inovasi rasa pada Tea Daun Kemangi. Sehingga nantinya rasa dari Tea Daun Kemangi tidak monoton dan menjadi keunggulan dari produk Tea Daun Kemangi. sebab sesuai riset belum ada pesaing yang memiliki gagasan Tea Daun Kemangi terlebih memiliki varian rasa.

Mengingat pesatnya perkembangan bidang kewirausahaan yang sedang terjadi saat ini, sehingga berkreasi dan berinovasi menjadi salah satu cara yang mutakhir dalam menjalankan sebuah gagasan atau usaha kewirausahaan. Tak terkecuali dengan produk "Tea Daun Kemangi" ini, produk minuman herbal berbahan daun kemangi ini juga merupakan salah satu inovasi produk kewirausahaan yang masih jarang di temui di pasar. Maka dari itu diharapkan produk ini dapat mencapai target luaran yang diharapkan. Adapun target luaran yang ingin dicapai yaitu:

1. Memperkenalkan Minuman Herbal Berbahan Daun Kemangi

Ada banyak minuman herbal yang memiliki manfaat bagi kesehatan, hingga tak heran lagi banyak konsumen yang berburu minuman herbal untuk kepentingan kesehatan selain karna khasiatnya, minuman herbal juga dinilai memiliki efek samping yang kecil dibanding dengan obat kimiawi. Namun, banyak orang yang tak sadar bahwa banyak minuman herbal bisa di jumpai di dekat kita, bahkan biasa kita nikmati dengan cara yang berbeda seperti daun kemangi ini. Maka dari itu luaran pertama yang kami harapkan dari produk ini adalah memperkenalkan minuman herbal berbahan daun kemangi yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan kepada khalayak banyak. Trobosan Tea Daun Kemangi ini kami harapkan bisa dikenal oleh banyak orang dan juga menjadi salah satu alternatif cara orang mendapatkan khasiat dari daun kemangi. Inovasi ini juga diharapkan dapat dikenal oleh berbagai kalangan, bahkan generasi muda yang enggan mengkonsumsi daun kemangi secara langsung

2. Sebagai Alternatif Peluang Usaha ada banyak petani maupun rumah tangga yang membudidayakan daun kemangi, bahkan daun kemangi bisa dengan mudah kita jumpai dipasar, namun daun kemangi hanya digunakan sebagai lalapan dalam makanan saja sehingga nilai ekonomisnya tidak terlalu besar (Jamilah Zr et al., 2023). Dengan adanya produk ini kami harapkan dapat membuka peluang usaha dengan inovasi baru, mengingat masih jarang nya inovasi Tea Daun Kemangi dipasaran tentunya ini menjadi salah satu peluang bisnis ditengah sulitnya perekonomian yang sedang terjadi.

3. Tea Daun kemangi dengan Kemasan Praktis Produk “Tea Daun Kemangi” di kemas secara praktis dengan menggunakan kantong teh layaknya teh celup yang serigkali kita jumpai. Ini juga menjadi salah satu target kami dimana orang tidak lagi merasa repot ketika akan mengkosumsi Tea Daun Kemangi ini. Dengan tersedianya kemasan praktis yang bisa langsung disedu, tentunya membuat penikmat Tea Daun Kemangi bisa dengan mudah menyajikan teh herbal ini kapan saja. Selain ini dengan kemasan ini juga membuat produk teh menjadi lebih higienis dan tentunya lebih terlindungi dari bakteri jamur. Kalangan anak muda juga menjadi tertarik menikmati teh herbal ini. Selain penggunaan kantong teh. Kami juga berniat menjadikan Tea Daun Kemangi dalam bentuk siap saji dengan berbagai variasi rasa sebagai salah satu inovasi dengan mengusung teh kekinian yang bisa dinikmati oleh semua kalangan.
4. Mengusung Produk Lokal ke Luar Daerah Melihat masih jarang nya produk Tea Daun Kemangi dipasaran baik pasar tradisional maupun market place online membuat kami berkeinginan untuk memperluas pangsa pasar nantinya. Bukan hanya untuk daerah Lampung, namun juga daerah diluar Lampung dengan mempromosikannya secara online.

2.2 Analisis Kompetitor

Kompetitor dalam pemasaran produk “Tea Daun Kemangi” ini masih belum banyak ditemui di daerah Lampung, khususnya di Kabupaten Pringsewu. Jadi dalam pelaksanaan penjualan relatif mudah. Dalam menjaga persaingan dengan kompetitor yang ada dalam pelaksanaan penjualan kami selalu menjaga kualitas mulai dari aspek ketahanan, kekreativitasan hingga strategi penjualan. Tea Daun Kemangi yang kami buat juga dikemas sedemikian rupa selain menjaga kualitas dari teh itu sendiri tentunya juga menarik dimata konsumen sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsusmi produk teh ini. Selain itu, manfaat dari produk “Tea Daun Kemangi” ini menjadi salah satu pendorong para konsumen untuk merasakan khasiat dari “Tea Daun Kemangi” maka dari itu baik dalam kemasan maupun dalam tahap mempromosikan kami juga menyertakan berbagai khasiat dari Tea Daun Kemangi ini dengan tujuan selain merasakan sensasi berbeda ketika meminum teh namun juga dapat merasakannya langsung untuk kesehatan, yang tentunya ini juga akan meningkatkan minat para konsumen

2.3 Keunggulan Produk

Produk “Tea Daun Kemangi” yang masih belum banyak dipasaran membuat produk Tea Daun Kemangi dapat menjadi peluang usaha, disisi lain bahannya yang mudah dan juga terjangkau tentunya akan membantu mengurangi pengeluaran dan dapat meningkatkan laba bagi produsen Tea Daun Kemangi itu sendiri. Selain itu, banyaknya masyarakat yang menanam daun kemangi yang awalnya hanya dijual sebagai lalapan dipasaran, kini dapat melihat titik terang bahwa daun kemangi tidak hanya dapat dijual sebagai lalapan saja namun dapat

dijadikan teh herbal yang tentunya dari segi harga lebih tinggi dibandingkan dengan menjualnya seperti biasa.

Produk Tea Daun Kemangi memiliki keunggulan lain daripada produk lainnya. penggunaan bahan-bahan yang alami merupakan keunggulan dari produk ini (Hadi et al., 2013). Selain itu dari segi bahan yang kami gunakan adalah bahan-bahan herbal alami yang tentunya bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Buka hanya itu, tambahan rasa seperti gula merah dan green tea akan menambah kekhasan produk ini dan juga memberikan sensasi berbeda saat meminumnya. Setiap produk memiliki keunggulan dan kelemahannya tersendiri, termasuk produk Tea Daun Kemangi kami. Adapun kelemahan dari produk kami yakni salah satunya dari segi rasa, dari hasil pengamatan yang kami lakukan dengan menggunakan pendapat dari konsumen, ada beberapa konsumen yang tidak menyukai aroma khas dari kemangi. Tentunya, ini menjadi tantangan bagi kami dalam memproduksi Tea Daun Kemangi ini. Salah satu cara yang kami lakukan adalah mencampurkan produk Tea Daun Kemangi original dengan beberapa rasa lainnya contohnya green tea, dan membuahkan hasil karena ini dapat mengurangi bau khas dari daun kemangi tersebut (Case, 1981). Nantinya kami akan melakukan pembaharuan agar kekurangan ini dapat teratasi. Kami menyadari setiap produk memiliki anacamannya tersendiri, begitu pula dengan produk Tea Daun Kemangi. Dari segi pesaing, pesaing dari produk kami adalah minuman teh herbal yang mungkin sebelumnya sudah banyak dikenal dipasaran. Namun, kami tetap percaya diri karna produk the herbal yang terbuat dari daun kemangi tergolong masih langka dipasaran (Fatyandri et al., 2023). Dari segi perkembangan zaman, bahwa zaman yang semakin maju juga membawa minat dan ketertarikan masyarakat terhadap suatu produk juga meningkat. Selain itu produk juga harus memiliki criteria menarik ataupun bisa disebut kekinian agar lebih menarik pangsa pasar. Tentunya ini menjadi ancaman bagi produk tea mang karna banyak minuman non herbal yang ternyata lebih menarik untuk dikonsumsi oleh para konsumen terkhusus bagi kalangan anak muda. Untuk mengatasi ancaman ini kami mencoba mengantisipasinya melalui perbaikan rasa dan juga pengemasan produk yang lebih menarik, agar nantiya dapat menarik pangsa pasar yang ditargetkan.

Metode

Metode pelaksanaan mencakup empat tahap: persiapan, implementasi, strategi pemasaran, dan evaluasi. Persiapan meliputi survei pasar dan seleksi bahan baku segar. Proses implementasi dimulai dari pelayuan daun kemangi, pengirisan, fermentasi, pengeringan, penumbukan kasar, hingga pengemasan. Inovasi rasa dilakukan melalui penambahan matcha atau gula merah untuk mengurangi aroma menyengat kemangi. Pemasaran dilakukan dengan penjualan langsung, pemberian diskon, partisipasi bazar, dan promosi di media sosial. Evaluasi menyangkut ketercapaian luaran, kualitas produk, serta keuntungan ekonomi.

Persiapan

Tahapan produksi adalah tahapan atau proses pembuatan suatu produk, dalam hal ini adalah pembuatan produk Tea Daun Kemangi di mana terdapat tiga tahapan. yaitu :

1. Tahap Awal yaitu survei pasar, persiapan bahan baku dan alat operasional
2. Tahap Inti yaitu Proses pembuatan produk, promosi produk, pemasaran produk
3. Tahap akhir yaitu Evaluasi Pemasaran, evaluasi produk, perbaikan mutu produk

Implementasi

Aspek produksi adalah termasuk dalam proses produksi yang menjelaskan tentang tahapan dalam proses produksi serta termasuk dalam penjabaran alat dan bahan digunakan dalam pembuatan Tea Daun Kemangi yang meliputi sebagai berikut:

1. Alat dan bahan Produksi

Adapun alat dan bahan yang digunakan antara lain; a) Daun Kemangi, b) Perasa (Varian Rasa), c) Nampan, d) Tumbukan, e) Saringan, f) Sendok, g) Kantong pembungkus dan h) Label Produksi.

2. Tahapan Produksi

a. Pemilihan Bahan baku bertujuan untuk memilih daun kemangi yang baik yang berasal dari pasar dengan cara memisahkan daun kemangi yang segar berwarna hijau tua dan layak untuk dibuat menjadi teh tanpa ada cacat atau daun yang menguning

b. Pelayuan bertujuan untuk mengurangi kadar air pada daun kemangi segar agar proses pengeringan dapat berlangsung lebih cepat saat penjemuran

c. Pengirisan Dilakukan pengirisan (pengecilan ukuran) daun kemangi yang sudah dilayukan dengan menggunakan pisau.

d. Fermentasi (oksidasi enzimatis) Proses fermentasi dilakukan selama 2 jam dengan tujuan untuk memperoleh sifat-sifat karakteristik teh yang dikehendaki yaitu warna air seduhan, rasa dan aroma air seduhan serta warna ampas seduhan.

e. Pengeringan dilakukan menggunakan sinar matahari dengan waktu pengeringan sampai benar-benar kering(Masruroh, 2017)

f. Tumbuk Kasar Setelah pengeringan daun kemangi benar-benar kering, selanjutnya daun kemangi ditumbuk kasar.

Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah proses pengenalan produk kepada konsumen. Di mana ini adalah salah satu proses atau tahapan paling penting, sebab pemasaran

merupakan penghubung secara langsung antara produsen ke konsumen, dalam artian lain pemasaran untuk menjawab kebutuhan pelanggan yang diinginkan atau supply and demand penawaran dan permintaan (Kusumawaty, 2019).

1. Peluang Pasar Adapun peluang dalam penjualan produk ini cukup besar, karena belum ada usaha yang menyerupai produk Tea Daun Kemangi. (Sari et al., 2019) Selain itu harganya yang murah tentu juga membuka peluang yang besar karena cocok untuk kantong masyarakat umum. Produk Tea Daun Kemangi memiliki rasa yang tidak jauh berbeda dengan teh-teh pada umumnya dengan aroma yang khas. Yang menjadi pembeda, Tea Daun Kemangi ini memiliki banyak manfaat baik untuk kesehatan tubuh. Salah satunya untuk mencegah gangguan pernapasan dan menghilangkan bau badan. Akan tetapi, banyak orang tidak suka mengonsumsi daun kemangi secara langsung maka dengan adanya produk Tea Daun Kemangi kami bermaksud untuk menambah variasi konsumsi bagi para konsumen serta menumbuhkan peluang pasar yang luas.
2. Pemasaran yang Digunakan Produk ini bertujuan agar masyarakat bisa menikmati olahan Tea Daun Kemangi yang nanti akan kami buat bervariasi rasa yang berbeda dengan olahan teh-teh pada umumnya yang memiliki kekhasan rasa tersendiri (Sari et al., 2019). Strategi pemasaran yang akan kami lakukan adalah dengan menggunakan berbagai cara, seperti berikut :
 - a. Penjualan langsung di kampus Pengenalan produk secara langsung kepada konsumen khususnya kepada dosen dan para mahasiswa/i agar membeli produk Tea Daun Kemangi Untuk menumbuhkan minat pembeli, kami akan memberikan sampel yang dapat dicoba gratis kepada konsumen terlebih dahulu (Kusumawaty, 2019).
 - b. Pemberian diskon Pemberian diskon ini dilakukan pada awal pembukaan usaha. Misalnya memberikan diskon sebesar 20% untuk setiap produk. Diskon ini juga bisa diberikan untuk konsumen yang membeli Tea Daun Kemangi dalam jumlah yang banyak.
 - c. Mengikuti event-event Mengikuti event-event seperti pameran dan bazar, karena event-event seperti ini mampu mendatangkan para konsumen dalam jumlah yang banyak dan kami juga dapat langsung menawarkan produk teh daun kemangi.
 - d. Pemasaran melalui sosial media Pengenalan produk melalui sosial media, dimana pemasaran dalam sosial media yang kita miliki bisa menampilkan produk yang kami tawarkan dan jangkauan dari media sosial ini lebih luas. Informasi yang diberikan terkait produk Tea Daun Kemangi juga lebih singkat dan bisa menarik pelanggan dalam membeli produk Tea Daun Kemangi ini.

Dalam pemasaran produk Tea Daun Kemangi ini dengan menjual secara online dapat memperkenalkan produk Tea Daun Kemangi secara luas tidak

hanya untuk daerah sekitar, melainkan untuk daerah-daerah lain(Tahir et al., 2023).

Evaluasi

Aspek biaya adalah penjelasan tentang jumlah biaya atau uang yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa(Johannes et al., 2022). Oleh karena itu, dalam sub-bab ini kami akan menjelaskan secara terperinci biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga keuntungan yang akan didapat dari setiap penjualan selama siklus produksi yang dilakukan(Kusumawaty, 2019).

1. Biaya Bahan Baku selama Satu Minggu

No	Keterangan	Q	P	Q.P
1.	Daun Kemangi	5	Rp 3.000	Rp 15.000
2.	Matcha Varian	10 psc	Rp 1.800	Rp 18.000
3.	Kantong teh celup	20 pcs	Rp 3.000	Rp 60.000
4.	Pouch Kemasan	20 pcs	Rp 600	Rp 30.000
5.	Stiker Merk	20 pcs	Rp 750	Rp 15.000
Jumlah				Rp 138.000

2. Harga Pokok Penjualan

$$\text{Harga Pokok} = \frac{\text{Biaya bahan baku}}{\text{Jumlah Produksi}} = \frac{\text{Rp 138.000}}{20 \text{ Pcs}} = \text{Rp 6.900}$$

3. Harga Jual Produk

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok} + (\% \text{ Laba} \times \text{harga pokok}) \\ &= \text{Rp 6.900} + \text{Rp 1.380} \\ &= \text{Rp 8.280/ pouch} \\ &= \text{Rp 10.000/ Pouch (pelanggan)}\end{aligned}$$

4. Keuntungan yang Dicapai

$$\begin{aligned}\text{Pendapatan 1 Minggu} &= (\text{harga jual} \times \text{Jumlah produksi}) - \text{Bahan Baku} \\ &= \text{Rp 62.000}\end{aligned}$$

Hasil dan Pembahasan

4.1 Kemajuan Pekerjaan

Karena terkendala dengan biaya untuk memproduksi maka produk "Tea Daun Kemangi" saat ini masih belum diproduksi dengan kuantitas yang banyak. Maka dari itu, produk akan diproduksi secara lebih banyak apabila modal yang dikumpulkan telah mencapai total modal yang dibutuhkan

4.2 Ketercapaian target luaran

Target luaran yang telah dicapai adalah, diantaranya:

1. Telah memproduksi produk untuk mengenalkan rasa dan mencoba pendahuluan untuk mengukur biaya yang dikeluarkan serta menganalisis pasar bahan baku.
2. Telah mencoba varian rasa berupa rasa original dengan gula merah dan gula pasir. Lalu inovasi rasa berupa rasa matcha, dari semua rasa dinilai paling enak adalah rasa matcha.
3. Telah membuat desain merek pada produk.

4.3 Permasalahan dan penyelesaian

Masalah yang sering dihadapi adalah:

1. Masih kurangnya pengenalan produk Tea Daun Kemangi sehingga masih banyak penolakan untuk mencoba produk ini. Oleh karena itu, kami akan mencoba terus memperkenalkan produk ini melalui media sosial.
2. Kurangnya biaya yang menghambat pembuatan produk. Ditambah lagi bahan baku penolong seperti tea bag dan desain pouch susah untuk dicari kecuali secara pemesanan online ataupun custom sehingga membutuhkan waktu yang lebih



Gambar.1 Daun Kemangi Basah Gambar.2 Daun Kemangi Kering Gambar.3 Produk Jadi

Kesimpulan

Potensi bisnis minuman Tea Daun Kemangi masih memungkinkan untuk dikembangkan, dikarenakan program ini merupakan program pertama yang dikembangkan di pringsewu, sehingga pesaing hampir bisa dikatakan minim. Tetapi apabila pesaing dengan produk dari teh lain, produk ini masih memiliki kelebihan tersendiri seperti manfaat yang ada di bahan baku daun kemangi

tersebut yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh, serta harga Dalam satu pouch Tea Daun Kemangi yang berukuran sedang dengan harga pokok Rp.6.900 dan harga jualnya Rp.10.000, dengan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.138.000 dan memproduksi sebanyak 20 pcs, jadi terdapat keuntungan penghasilan dalam penjualan bisnis minuman Tea Daun Kemangi ini sebesar Rp.62.000 yang sangat terjangkau dan kualitas yang bagus.

Minuman Tea Daun Kemangi ini jarang ditemui dikawasan Pringsewu dengan bahan baku daun kemangi yang memiliki aroma yang khas dan memiliki manfaat bagi kesehatan. Produk minuman Tea Daun Kemangi mendapatkan peluang besar dan dinilai cukup luas didalam bisnis penjualan, karena Tea Mang memiliki manfaat bagi kesehatan yang salah satunya adalah untuk mengontrol/mengatur gula darah, maka pangsa pasar dapat di targetkan kepada pasien yang memiliki gangguan gejala pada penyakit gula darah atau diabetes. Kedepannya kami berinisiatif akan menambah variasi rasa baru untuk memperkenalkan Tea Daun Kemangi dalam berbagai rasa, dan dalam kemasan yang lebih menarik lagi. maka dari itu secara tidak langsung kami sudah membantu para konsumen agar dapat menikmati manfaat teh herbal dengan rasa yang lebih bervariasi. dan hal ini tidak akan menghilangkan manfaat dan khasiat dari tea daun kemangi tersebut, justru menambahkan beberapa variansi tersebut memiliki manfaat yang besar bagi kesehatan.

Daftar Pustaka

- Case, R. S. (1981). *STRATEGI BERSAING MELALUI KEUNGGULAN PRODUK (RIAU'S CASE) Oleh: Ibnu Widiyanto Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*. 222–240.
- Fatyandri, N. A., Susanto, S., Angeline, F., Richelle Chan, K., Go, M., & Surya, P. (2023). Analisa Kompetitor hingga Dinamika Kompetitif pada Bisnis Kafe Catarina. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 220–229.
- Hadi, R. K., Produk, P. K., Rangka, P., Baja, A., & Taso, R. (2013). Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Rangka Atap Baja Ringan Taso C75.75. *Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Rangka Atap Baja Ringan Taso C75.75*, 12(3), 346–356.
- Jamilah Zr, Khairani Munadia, Sandrina As Zahra Lubis, & Mansur Keling. (2023). Peluang Usaha Sebagai Kreativitas Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(3), 89–95.
<https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i3.1123>
- Johannes, C. H., Karamoy, H., & Tirayoh, V. Z. (2022). Analisis Biaya Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada UD.Wahyu Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 6(1), 71–78.

- Kusumawaty, Y. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>
- Masruroh, I. (2017). *Pengaruh Lama Pengerigan Terhadap Mutu Teh Daun Kemangi*. 1–10.
- Sari, B., Yulianti, F., & Lamsah. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK TANAKA PT . SUMBER DIGITAL MEDIA BANJARMASIN ELEKTRONIK ABSTRAK PENDAHULUAN Tujuan utama dari sebuah perusahaan ialah pencapaian profit (laba) dan hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dal. *Universitas Islam Kalimantan M A B Banjarmasin*, 1–7. <http://repository.uniska-bjm.ac.id/542/1/15310034.pdf>
- Syarifuddin, A. N., Purba, R. A., Boru Situmorang, N., & Marbun, R. A. T. (2020). UJI AKTIVITAS ANTIBAKTERI EKSTRAK ETANOL DAUN KEMANGI (*Ocimum basilicum* L.) TERHADAP BAKTERI *Streptococcus mutans*. *Jurnal Farmasimed (Jfm)*, 2(2), 69–76. <https://doi.org/10.35451/jfm.v2i2.368>
- Tahir, R., Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano. (2023). Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital). In *Sonpedia Publishing* (Issue August).
- Widyawati, P. S. (2017). Potensi Daun Kemangi (*Ocimum basilicum* Linn) sebagai Penangkal Radikal Bebas DPPH (2,2-Diphenyl-1-picrylhydrazil radical). In *agriTECH* (Vol. 25, Issue 3, p. 137). <https://doi.org/10.22146/agritech.13349>