

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran yang efektif untuk produk Sariwangi Teh Hitam Jahe dan Kunyit, dengan fokus pada Hari Kesehatan Nasional. Kesehatan adalah aspek krusial dalam kehidupan sehari-hari, dan minuman herbal seperti teh jahe dan kunyit dapat memberikan manfaat kesehatan yang signifikan. Studi ini dilatarbelakangi oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, namun kurangnya promosi yang efektif untuk produk Sariwangi Teh Hitam Jahe dan Kunyit. Masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat kesadaran konsumen terhadap varian produk ini serta strategi promosi yang belum berhasil menarik perhatian target pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif bagi produk Sariwangi Teh Hitam Jahe dan Kunyit dalam rangka Hari Kesehatan Nasional. Penelitian ini menggunakan berbagai metode pengumpulan data, termasuk observasi di minimarket, wawancara dengan konsumen, kuesioner kepada 102 responden, dan studi pustaka. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), AOI (Activities, Opinions, Interests), dan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk Sariwangi Teh Hitam Jahe dan Kunyit memiliki potensi besar sebagai minuman herbal alami yang sehat dan praktis. Namun, promosi produk ini masih perlu ditingkatkan untuk menarik perhatian lebih banyak konsumen, terutama dengan pendekatan kreatif dan interaktif melalui media sosial dan media cetak.

Kata kunci : Hari Kesehatan Nasional, Teh Herbal, SWOT Analysis, AOI, AISAS