

## LAMPIRAN

### 1.1 Lampiran Data Mentah

#### 1. Nama Informan: David Widjaja

**Tabel L.1.1 Pertanyaan Umum Wawancara Terkait Teh Hijau**

<b>Daftar pertanyaan umum</b>	
<b>1. Apa yang anda ketahui mengenai tanaman teh?</b>	Tanaman camelia sinensis yang fenomenal karena telah digunakan sejak berabad-abad yang lalu hingga sekarang dan secara umum digunakan untuk minuman. Menurut saya kategori teh cuma 2 yaitu daun & bubuk dan juga <i>tea dust</i> dan <i>tea fanning</i> (teh yang sudah di proses untuk teh celup)
<b>2. Apa yang anda ketahui mengenai teh bagi sebagian besar orang?</b>	Teh bagi orang itu minuman sehari-hari (untuk kenikmatan dan kesehatan serta diet) dan juga sebagai minuman yg pada awalnya populer digunakan untuk pembuktian bahwa air minum yg disajikan di rumah makan telah dimasak.
<b>3. Bagaimanakah cara untuk mengkonsumsi tanaman teh dengan benar?</b>	Caranya air seduhan pertama di buang dulu, seduhan ke 2 yang di minum (semua jenis teh harus begini) lalu bilas dgn air panas 1 kali untuk membuang kotoran yg menempel.
<b>4. Bagaimana daya konsumsi teh masyarakat Indonesia dan penerapannya di kehidupan sehari-hari?</b>	Daya konsumsi teh cukup tinggi dan diminum secara luas sebagai pengganti kopi.
<b>5. Apakah daya konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan atau pengurangan setiap tahunnya?</b>	Terdapat peningkatan sesuai dari penjualan RTD (ready to drink) teh dari tahun ke tahun. Secara statistik tidak terdata degan baik namun melihat sifat penggunaannya, diyakini cukup tinggi jika dilihat dari jumlah populasi.
<b>6. Jenis teh apakah yang pernah atau biasanya anda konsumsi sehari-hari? Apakah salah satu diantaranya adalah teh hijau?</b>	Teh hitam, minum teh hijau belum tentu setahun sekali.

- 7. Produk teh hijau apakah yang anda pernah atau sering konsumsi?**  
RTD (ready to drink).
- 8. Apakah teh hijau bermanfaat bagi kesehatan? Kalau ada apakah khasiat dari teh hijau tersebut?**  
Antioksidannya tinggi untuk kesehatan bisa menghilangkan racun (terlihat dari muka juga bisa lebih cerah dan cakep saat minum teh).
- 9. Apakah teh hijau aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang?**  
Aman, tidak ada efek samping.
- 10. Apakah cara konsumsi teh hijau bagi masyarakat Indonesia sudah tepat?**  
Kurang lebih belum tepat karena banyak yang belum tahu caranya minum teh dengan benar.

**Tabel L.1.2 Pertanyaan Wawancara Terkait Bauran Pemasaran**

Sub Variabel	Indikator
<i>Product (Produk)</i>	<p><b>1. Apakah jenis produk dari teh hijau yang anda ketahui? Produk manakah yang diminati oleh masyarakat Indonesia?</b> Kue, permen, minuman, kosmetik. Tentunya minuman.</p> <p><b>2. Produk manakah yang memiliki khasiat terbaik dan dianjurkan untuk sering dikonsumsi?</b> Minuman.</p> <p><b>3. Apakah produk teh hijau populer di Indonesia? Apakah kepopuleran produk teh jenis ini berdampak baik bagi masyarakat Indonesia?</b> Tidak / kurang populer, tidak berdampak apa-apa karena tidak populer jadi baik-baik saja atau normal aja.</p> <p><b>4. Apakah produk yang cocok dipasangkan dengan teh hijau?</b> Susu (<i>dairy product</i>), soda.</p>

<p><i>Process (Proses)</i></p>	<p><b>1. Bagaimanakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia?</b>          Prosesnya dari petani (perkebunan) &gt; diproses di PTPN (pabrik) &gt; dilelang &gt; dibeli oleh perusahaan &gt; diolah proses kemasan &gt; dijual untuk umum (monopoli)</p> <p>Umumnya dilakukan oleh perusahaan distribusi. Untuk teh Hijau biasanya ditargetkan untuk R1 sedangkan teh hitam umumnya untuk R3.</p> <p><b>2. Apakah penyebaran teh hijau di Indonesia memiliki persetujuan peredaran oleh BPOM?</b>          Sebagian telah memiliki izin MD dari BPOM, sebagian memakai ijin P-IRT dari Dinas Kesehatan.</p> <p><b>3. Apakah produk teh hijau mudah ditemui di pasar-pasar maupun restoran di Indonesia?</b>          Tidak, hanya beredar di rumah makan kalangan menengah keatas, di pasaran jarang. Umumnya hanya ditemukan di market <i>middle upper segment</i>.</p> <p><b>4. Sebaiknya bagaimana proses pendistribusian teh di Indonesia? Apakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia dapat dilakukan secara online?</b>          Sebaiknya membangun <i>awareness</i> konsumen dahulu lalu dijual di pasar pasar GT (<i>general trade</i>), bisa secara online tapi tidak terlalu ngaruh (perlu edukasi dari pemerintah agar pendistribusian teh hijau bisa lebih merata dalam pendistribusiannya).</p>
--------------------------------	--

<p><i>People (Partisipan)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah petani teh hijau dalam membudidayakan teh hijau di Indonesia?</b>  *PTPN (petani-petani itu bekerja oleh pemerintah sekarang). harga teh turun makanya pada tidak mau nanam teh lagi petaninya (akhirnya nanam produk lain yang lbih tinggi ekonominya) produksi teh untuk pemerintah hanya ala kadarnya, keuntungan untuk pemerintah.  * masih bersifat tradisional, belum memanfaatkan tekhnologi terkini.</li> <li>2. <b>Apakah pengedaran teh hijau di Indonesia langsung dari petani atau melalui distributor tertentu?</b>  Mayoritas dikuasain PTPN, swasta cuma ada satu di bandung (perkebunan milik pribadi) dan biasanya melalui distributor.</li> <li>3. <b>Perusahaan mana sajakah yang mengelola produk teh hijau menurut pengetahuan anda?</b>  Sariwangi, Tong tji, Kepala jenggot, Teh 369, dan produk impor brand lainnya.</li> <li>4. <b>Segmen masyarakat manakah yang dapat mengkonsumsi teh hijau?</b>  Menengah ke atas.</li> </ol>
<p><i>Price (Tarif Harga)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Apakah harga teh hijau di pasaran saat ini sudah terjangkau oleh berbagai segmen masyarakat?</b>  Sudah terjangkau, namun relatif tergantung merk dan mutu.</li> <li>2. <b>Bagaimana cara menetapkan harga teh berdasarkan kualitas? Apakah terdapat strategi tertentu?</b>  Terdapat rantai pendistribusiaannya yang cukup Panjang (makin Panjang makin mahal) menghitung mata rantai distribusi, tidak berdasarkan kualitas (kualitas bukan patokan harga)  Bisa juga dilihat dari jenis dan masa petiknya. Perlu strategi nasional agar tercipta kurva demand.</li> </ol>

	<p><b>3. Apakah diperlukan strategi diskon untuk diterapkan ke dalam pemasaran produk teh hijau di masyarakat?</b> Ga perlu, yang penting edukasi dan awareness, hal tersebut bisa akan menciptakan kesan produk murahan.</p> <p><b>4. Apabila diperlukan, kapankah sebaiknya strategi diskon untuk produk teh hijau diterapkan di pasaran?</b> Melihat event (seasonal) saat lagi lebaran dan <i>Christmas</i> bisa diskon atau juga diskon jika pembelian dalam kuantitas yang banyak.</p>
<p><i>Place (Lokasi)</i></p>	<p><b>1. Apakah teh hijau dapat dijangkau dan dikonsumsi di area publik?</b> Dapat dijangkau dimana saja jika orang dah pada aware</p> <p><b>2. Bagaimanakah kondisi pasar teh hijau di Indonesia dan apa sajakah kendala dalam penjualan maupun pendistribusiannya?</b> Lemah karena banyaknya yang tidak tahu maka penjualan distribusinya terbatas</p> <p><b>3. Pada lokasi apa sajakah sebaiknya pemasaran teh hijau dapat diterapkan?</b> Kota besar terlebih dahulu baru bertahap ke kota kecil</p>
<p><i>Physical evidence (Lingkungan /Pendukung fisik)</i></p>	<p><b>1. Apakah produk teh hijau di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang berbeda dengan produk teh lain?</b> Ga ada ciri khas tersendiri</p> <p><b>2. Bagaimanakah stok atau ketersediaan produk teh hijau di belahan bumi Nusantara? Apakah tercukupi dan berbanding lurus dengan pola konsumsi masyarakat kita untuk ketersediaan sekarang?</b> Defisit, tidak mencukupi ketersediaannya.</p>

	<p><b>3. Apakah produksi teh hijau Indonesia mampu bersaing di ranah ekspor ke negara lain?</b> Bisa, pabrik yang di Bandung yang swasta milik sendiri saja sudah ekspor keluar</p> <p><b>4. Lingkungan mana sajakah yang mendukung dan tidak mendukung penjualan teh hijau?</b> Semua lingkungan cocok kecuali toilet.</p>
<p><i>Promotion (Promosi)</i></p>	<p><b>1. Bagaimanakah cara menambah minat masyarakat dalam mengkonsumsi teh hijau?</b> Harus minta pemerintah turun tangan atau peran serta aktif. Swasta akan berat melakukan ini karena biayanya terlalu besar</p> <p><b>2. Apa sajakah media promosi yang dapat membantu distribusi teh hijau kepada masyarakat?</b> 1. <i>Above the line</i> = media luar ruang (billboard), tv (media cetak elektronik), sosial media 2. <i>Below the line</i> = promosi spanduk, gimik-gimik, diskon</p> <p><b>3. Bagaimanakah kebijakan dan aturan dalam promosi tersebut? Apakah terdapat aturan khusus dari distributor untuk hal tersebut?</b> Ga ada aturan khusus untuk teh untuk promosi hal tersebut. Tergantung strategi masing-masing perusahaan aja</p> <p><b>4. Apakah promosi untuk teh hijau dapat berlaku dalam platform berbasis online?</b> Bisa</p> <p><b>5. Strategi apakah yang paling cocok untuk diterapkan pada promosi teh hijau?</b> Demo kuliner (model <i>event demo</i>) testing minumannya paling cocok dan paling efektif dan <i>free sampling</i></p>

2. Nama Informan: Dikki. Z

Tabel L.2.1 Pertanyaan Umum Wawancara Terkait Teh Hijau

Daftar pertanyaan umum
<p><b>1. Apa yang anda ketahui mengenai tanaman teh?</b> Teh berasal dari tanaman <i>Camellia Sinensis</i>, diluar itu bukan teh karena beda pohon namun hanya meminjam nama teh agar laku.</p>
<p><b>2. Apa yang anda ketahui mengenai teh bagi sebagian besar orang?</b> Orang ga ngerti teh itu apa, hanya cuma untuk <i>style</i> atau gaya hidup aja, minum aja tapi tidak tahu informasi lainnya. Hanya untuk menghilangkan dahaga.</p>
<p><b>3. Bagaimanakah cara untuk mengkonsumsi tanaman teh dengan benar?</b> Panas, bersifat curahan, gak manis (tidak dipakein gula).</p>
<p><b>4. Bagaimana daya konsumsi teh masyarakat Indonesia dan penerapannya di kehidupan sehari-hari?</b> Di kota sih sudah jadi <i>lifestyle</i> saja, namun <i>coffee</i> tetap number one baru air putih. Teh itu untuk orang yang sudah 40 tahun ke atas (kalau di desa mereka ga ada pilihan karena sudah <i>habbit</i> dan perkebunannya ada di sana, jadi di daerah masih banyak yang minum teh).</p>
<p><b>5. Apakah daya konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan atau pengurangan setiap tahunnya?</b> Dari 2012 tidak ada peningkatan tapi <i>stay</i> disitu saja (peningkatan ada di 2007 – 2012) karena untuk alasan kesehatan, <i>style</i> dan promosi. Tapi abis itu mulai turun lagi jadi <i>stay stay</i> aja.</p>
<p><b>6. Jenis teh apakah yang pernah atau biasanya anda konsumsi sehari-hari? Apakah salah satu diantaranya adalah teh hijau?</b> Teh hijau, karena rasanya berbeda dari 2 teh lainnya (aroma, rasa) begitu telan kayak sedang berasa di kebun teh. Lalu alasan kesehatan juga</p>
<p><b>7. Produk teh hijau apakah yang anda pernah atau sering konsumsi?</b> Minuman produk teh 63, karena terdapat beraneka ragam teh. Produk lainnya yaitu kue atau makanan yang dibuat sendiri menggunakan teh walau bukan teh hijau.</p>

**8. Apakah teh hijau bermanfaat bagi kesehatan? Kalau ada apakah khasiat dari teh hijau tersebut?**

Bermanfaat buat orang yang mempunyai tekanan darah tinggi (bisa dapat dirasakan lebih membaik), merendahkan kolesterol, dan semua penyakit yang sifatnya di peredaran darah (menghilangkan racun).

**9. Apakah teh hijau aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang?**

Sehari tiga kali masih aman, teh apapun aman (tapi *green tea* lebih aman dari *black tea*).

**10. Apakah cara konsumsi teh hijau bagi masyarakat Indonesia sudah tepat?**

Belum tepat karena masih pada pake gula, minum masih dingin, dll.

**Tabel L.2.2 Pertanyaan Wawancara Terkait Bauran Pemasaran**

Sub Variabel	Indikator
<i>Product (Produk)</i>	<p><b>1. Apakah jenis produk dari teh hijau yang anda ketahui? Produk manakah yang diminati oleh masyarakat Indonesia?</b> Minuman, makanan, produk kecantikan atau kosmetik. Produk kecantikan paling diminatin.</p> <p><b>2. Produk manakah yang memiliki khasiat terbaik dan dianjurkan untuk sering dikonsumsi?</b> Minuman.</p> <p><b>3. Apakah produk teh hijau populer di Indonesia? Apakah kepopuleran produk teh jenis ini berdampak baik bagi masyarakat Indonesia?</b> Minuman kemasan dan ga berdampak baik (banyak bahan yang membahayakan kesehatan, bahan kimia).</p> <p><b>4. Apakah produk yang cocok dipasangkan dengan teh hijau?</b> Makanan, karena sudah pasti jadi enak.</p>



<p><i>Process (Proses)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia?</b>        Baik-baik saja, tidak bisa beli dari petani secara langsung tapi beli dari “penampung atau pengepul”. Kayak koperasi wadah teh, soalnya petani dilindungi oleh pemerintah (PTPN).</li> <li>2. <b>Apakah penyebaran teh hijau di Indonesia memiliki persetujuan peredaran oleh BPOM?</b>        Di Indonesianya sendiri sudah dapat walau prosesnya panjang. Kalau beli banyak harus ada persetujuannya dan disetujui dulu.</li> <li>3. <b>Apakah produk teh hijau mudah ditemui di pasar-pasar maupun restoran di Indonesia?</b>        Cukup mudah sejak 2010 ke atas (berkembang dan masuk dari <i>food and beverage</i>).</li> <li>4. <b>Sebaiknya bagaimana proses pendistribusian teh di Indonesia? Apakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia dapat dilakukan secara online?</b>        Bisa secara <i>online</i> karena sudah jamannya, orang lebih <i>online</i> karena generasi Z. Namun saya sudah tua jadi lebih suka langsung datang dan liat langsung produknya, distribusi secara langsung ga <i>online</i> itu lebih baik.</li> </ol>
<p><i>People (Partisipan)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah petani teh hijau dalam membudidayakan teh hijau di Indonesia?</b>        Tergantung dari konsumen (pabrik yang mengolah tehnya), ada perlelangan atau auction (petani hanya metik dan produksi) yang budidayakan itu pemerintah.</li> <li>2. <b>Apakah pengedaran teh hijau di Indonesia langsung dari petani atau melalui distributor tertentu?</b>        Pemerintah dan distributor tertentu saja.</li> </ol>

	<p><b>3. Perusahaan mana sajakah yang mengelola produk teh hijau menurut pengetahuan anda?</b> Twining, Sariwangi, dan Sosro.</p> <p><b>4. Segmen masyarakat manakah yang dapat mengkonsumsi teh hijau?</b> Menengah ke atas (terutama orang Jawa Barat). Orang Jawa Tengah engga ada, dan juga kota-kota besar pastinya.</p>
<p><i>Price (Tarif Harga)</i></p>	<p><b>1. Apakah harga teh hijau di pasaran saat ini sudah terjangkau oleh berbagai segmen masyarakat?</b> Lokal sudah terjangkau, tapi teh brand luar masih ga terjangkau karena mahal (sebenarnya ga beli bukan karena ga mampu, tapi ada alasan lain). Jika harganya Rp. 50.000,- dari pada beli teh mending Rp. 50.000,- buat beli rempah lain atau hal lain.</p> <p><b>2. Bagaimana cara menetapkan harga teh berdasarkan kualitas? Apakah terdapat strategi tertentu?</b> Selalu mensosialisasikannya dengan lebih besar berdasarkan volum (banyaknya tehnya kayak segelas penuh berapa mili). Strateginya memakai volume dan boleh refill lalu mainin harga, kasih lebih banyak tehnya tapi harganya sama kayak yang dikit di toko lain. Lalu main di segmen kelas menengah saja.</p> <p><b>3. Apakah diperlukan strategi diskon untuk diterapkan ke dalam pemasaran produk teh hijau di masyarakat?</b> Ga perlu, masih terjangkau kok harganya.</p> <p><b>4. Apabila diperlukan, kapankah sebaiknya strategi diskon untuk produk teh hijau diterapkan di pasaran?</b> Bulan puasa dan Ramadhan atau liburan sudah <i>culture</i> minum teh (beli makanan tapi dapet teh hitungannya kayak diskon) jadi ga diskon angka tapi secara kliatannya seperti diskon bagi <b>Tea Addict Café</b>.</p>

<p><i>Place (Lokasi)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Apakah teh hijau dapat dijangkau dan dikonsumsi di area publik?</b> Sudah karena pendistribusiannya sudah bagus.</li> <li>2. <b>Bagaimanakah kondisi pasar teh hijau di Indonesia dan apa sajakah kendala dalam penjualan maupun pendistribusiannya?</b> Distribusi ga ada masalah, penjualannya juga ga ada masalah (kondisi pasar banyak dan cukup baik tapi kualitasnya dipertanyakan).</li> <li>3. <b>Pada lokasi apa sajakah sebaiknya pemasaran teh hijau dapat diterapkan?</b> Kota besar saja, desa baru mulai dan belum cocok (jadi dibudidayakan di kota dahulu).</li> </ol>
<p><i>Physical evidence (Lingkungan /Pendukung fisik)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Apakah produk teh hijau di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang berbeda dengan produk teh lain?</b> Sama aja, ga ada ciri khas tertentu</li> <li>2. <b>Bagaimanakah stok atau ketersediaan produk teh hijau di belahan bumi Nusantara? Apakah tercukupi dan berbanding lurus dengan pola konsumsi masyarakat kita untuk ketersediaan sekarang?</b> <i>Supply</i> lebih besar dari <i>demand</i> (petani metik setiap hari tapi konsumen ga setiap hari beli) semua teh kita lebih sering di ekspor.</li> <li>3. <b>Apakah produksi teh hijau Indonesia mampu bersaing di ranah ekspor ke negara lain?</b> Mampu karena teh Indonesia aja dibeli oleh mereka (luar negeri).</li> </ol>

	<p><b>4. Lingkungan mana sajakah yang mendukung dan tidak mendukung penjualan teh hijau?</b> Mendukung di divisi <i>food and beverage</i> (<i>restaurant, café</i>, dkk), ga mendukung di bioskop karena belum pernah liat ada maka dianggap ga mungkin mendukung.</p>
<p><i>Promotion (Promosi)</i></p>	<p><b>1. Bagaimanakah cara menambah minat masyarakat dalam mengkonsumsi teh hijau?</b> Kasih <i>awareness</i> (pemerintah harus bertindak) contoh di india teh premium dikasih ke masyarakat gratis lalu sisanya dijual keluar (kalo di Indonesia, yang premium dijual ke luar, ke rakyatnya malah sisa).</p> <p><b>2. Apa sajakah media promosi yang dapat membantu distribusi teh hijau kepada masyarakat?</b> Media cetak dan elektronik memiliki dampak besar (<i>hearing &amp; visual</i> itu paling membantu) kayak TV.</p> <p><b>3. Bagaimanakah kebijakan dan aturan dalam promosi tersebut? Apakah terdapat aturan khusus dari distributor untuk hal tersebut?</b> Tidak ada kebijakan dan aturan khusus, jadi promosi itu ditentukan sendiri saja</p> <p><b>4. Apakah promosi untuk teh hijau dapat berlaku dalam platform berbasis online?</b> Bisa dan tidak masalah karena teh produk umum dan tidak ada aturan khusus</p> <p><b>5. Strategi apakah yang paling cocok untuk diterapkan pada promosi teh hijau?</b> Ga bisa promosi, strategi lebih mengena itu lebih ke tasting (<i>demi tasting</i>). Strategi paling cocok untuk promosi teh hijau</p>

3. Nama Informan: Lenny Martin

Tabel L.3.1 Pertanyaan Umum Wawancara Terkait Teh Hijau

Daftar pertanyaan umum
<p>1. <b>Apa yang anda ketahui mengenai tanaman teh?</b> <i>Camellia Sinensis</i> adalah tanaman teh.</p>
<p>2. <b>Apa yang anda ketahui mengenai teh bagi sebagian besar orang?</b> Orang-orang lebih mengenal teh yang biasa dipasaran seperti Sariwangi, Tong tji, dsb.</p>
<p>3. <b>Bagaimanakah cara untuk mengkonsumsi tanaman teh dengan benar?</b> Penggunaan takaran dan suhu yang sesuai.</p>
<p>4. <b>Bagaimana daya konsumsi teh masyarakat Indonesia dan penerapannya di kehidupan sehari-hari?</b> Cukup banyak dan sering.</p>
<p>5. <b>Apakah daya konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan atau pengurangan setiap tahunnya?</b> Untuk saat ini meningkat dibantu dengan adanya blend tea.</p>
<p>6. <b>Jenis teh apakah yang pernah atau biasanya anda konsumsi sehari-hari? Apakah salah satu diantaranya adalah teh hijau?</b> Beragam, ada.</p>
<p>7. <b>Produk teh hijau apakah yang anda pernah atau sering konsumsi?</b> Produk teh cukup beragam, mulai dari local atau pun luar.</p>
<p>8. <b>Apakah teh hijau bermanfaat bagi kesehatan? Kalau ada apakah khasiat dari teh hijau tersebut?</b> Bermanfaat sih, biasanya digunakan untuk diet, menurunkan resiko kanker.</p>
<p>9. <b>Apakah teh hijau aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang?</b> Teh bagus untuk di konsumsi tetapi tidak menjadi minuman yang paling utama atau pengganti air mineral.</p>
<p>10. <b>Apakah cara konsumsi teh hijau bagi masyarakat Indonesia sudah tepat?</b> Belum terlalu tepat.</p>

**Tabel L.3.2 Pertanyaan Wawancara Terkait Bauran Pemasaran**

Sub Variabel	Indikator
<i>Product (Produk)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="715 353 1299 607"> <p><b>1. Apakah jenis produk dari teh hijau yang anda ketahui? Produk manakah yang diminati oleh masyarakat indonesia?</b>  Ada banyak sih, mulai dari mocha, gelato, pudding, dsb. Yang lebih diminati biasanya es krim atau kue.</p> </li> <li data-bbox="715 645 1299 824"> <p><b>2. Produk manakah yang memiliki khasiat terbaik dan dianjurkan untuk sering dikonsumsi?</b>  <i>Green tea loose leaf</i> yang masih daun utuh dibuat minuman.</p> </li> <li data-bbox="715 862 1299 1160"> <p><b>3. Apakah produk teh hijau populer di Indonesia? Apakah kepopuleran produk teh jenis ini berdampak baik bagi masyarakat Indonesia?</b>  Cukup populer. Tidak karena masih sering ditemukan produk luar atau pun <i>green tea powder</i> yang sudah menggunakan gula.</p> </li> <li data-bbox="715 1198 1299 1301"> <p><b>4. Apakah produk yang cocok dipasangkan dengan teh hijau?</b>  <i>Plain mocha</i> dan kue.</p> </li> </ol>
<i>Process (Proses)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="715 1375 1299 1518"> <p><b>1. Bagaimanakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia?</b>  Masih kurang karena pemerintah masih mendahulukan pemain-pemain mahal.</p> </li> <li data-bbox="715 1556 1299 1736"> <p><b>2. Apakah penyebaran teh hijau di Indonesia memiliki persetujuan peredaran oleh BPOM?</b>  Tidak semua, karena perizinan BPOM sendiri tidak mudah.</p> </li> <li data-bbox="715 1774 1299 1917"> <p><b>3. Apakah produk teh hijau mudah ditemui di pasar-pasar maupun restoran di Indonesia?</b>  Cukup mudah untuk saat ini.</p> </li> </ol>

	<p><b>4. Sebaiknya bagaimana proses pendistribusian teh di Indonesia? Apakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia dapat dilakukan secara online?</b></p> <p>Pendistribusian teh di Indonesia ada baiknya jangan hanya mendahulukan pemain-pemain besar, karena mereka belum tentu mau menaikkan nama teh Indonesia sendiri. Tentu saja bisa.</p>
<p><i>People (Partisipan)</i></p>	<p><b>1. Bagaimanakah petani teh hijau dalam membudidayakan teh hijau di Indonesia?</b> Masih menggunakan tenaga manusia.</p> <p><b>2. Apakah pengedaran teh hijau di Indonesia langsung dari petani atau melalui distributor tertentu?</b> Biasanya melalui perusahaan atau distributor tertentu dimana mereka biasanya akan melakukan penjualan tidak hanya offline tetapi juga marketplace online.</p> <p><b>3. Perusahaan mana sajakah yang mengelola produk teh hijau menurut pengetahuan anda?</b> Sariwangi, TWG, kepala djenggot, dsb.</p> <p><b>4. Segmen masyarakat manakah yang dapat mengkonsumsi teh hijau?</b> Semua kalangan.</p>
<p><i>Price (Tarif Harga)</i></p>	<p><b>1. Apakah harga teh hijau di pasaran saat ini sudah terjangkau oleh berbagai segmen masyarakat?</b> Kalau penjualan sudah menggunakan tingkatan kualitas tentu saja kalangan kebawah belum tentu bisa menikmati, tetapi kalau hanya yang ada di supermarket tentu saja semua kalangan bisa menikmati.</p>

	<p><b>2. Bagaimana cara menetapkan harga teh berdasarkan kualitas? Apakah terdapat strategi tertentu?</b>  Kalau berdasarkan kualitas tentu saja yang pertama kita lihat dari warna daun, kualitas daunnya dia sudah hancur atau tidak, termakan hama atau tidak, penilaian juri-juri atau pemenang lelang biasanya harganya sangat tinggi, dsb. Untuk strategi tertentu ya dengan cara menyimpan teh dengan kualitas yang sangat bagus dan menjualnya ke lelang.</p> <p><b>3. Apakah diperlukan strategi diskon untuk diterapkan ke dalam pemasaran produk teh hijau di masyarakat?</b>  Sejauh ini tidak diperlukan.</p> <p><b>4. Apabila diperlukan, kapankah sebaiknya strategi diskon untuk produk teh hijau diterapkan di pasaran?</b>  Ketika stock yang ada tidak di simpan lagi dan memiliki stock yang melimpah.</p>
<p><i>Place (Lokasi)</i></p>	<p><b>1. Apakah teh hijau dapat dijangkau dan dikonsumsi di area publik?</b>  Tidak Juga.</p> <p><b>2. Bagaimanakah kondisi pasar teh hijau di Indonesia dan apa sajakah kendala dalam penjualan maupun pendistribusiannya?</b>  Tentu ada, kendalanya adalah stoknya yang terkadang belum tentu memadai dan peran pemerintah untuk pemasarannya.</p> <p><b>3. Pada lokasi apa sajakah sebaiknya pemasaran teh hijau dapat diterapkan?</b>  Iklan-iklan media <i>online</i> atau <i>offline</i>, media cetak.</p>



<p><i>Physical evidence</i> (Lingkungan /Pendukung fisik)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Apakah produk teh hijau di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang berbeda dengan produk teh lain?</b> Tidak juga, dari segi rasa juga hampir sama semua.</li> <li>2. <b>Bagaimanakah stok atau ketersediaan produk teh hijau di belahan bumi Nusantara? Apakah tercukupi dan berbanding lurus dengan pola konsumsi masyarakat kita untuk ketersediaan sekarang?</b> Tidak berbanding lurus, karena stock yang ada juga dimainkan oleh para pemain besar sementara para penjual teh lainnya dari UMKM dsb kurang mendapatkan stock yang cukup.</li> <li>3. <b>Apakah produksi teh hijau Indonesia mampu bersaing di ranah ekspor ke negara lain?</b> Sebenarnya mampu, hanya saja diperlukan dukungan dr pemerintah.</li> <li>4. <b>Lingkungan mana sajakah yang mendukung dan tidak mendukung penjualan teh hijau?</b> Yang mendukung seperti event2 F&amp;B, restoran dsb. Yang tidak tepat seperti warung makan, penjual minuman keliling, dsb.</li> </ol>
<p><i>Promotion (Promosi)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah cara menambah minat masyarakat dalam mengkonsumsi teh hijau?</b> Caranya adalah menggunakan media iklan offline atau pun online agar menarik minat masyarakat.</li> <li>2. <b>Apa sajakah media promosi yang dapat membantu distribusi teh hijau kepada masyarakat?</b> Media online seperti instagram, facebook, dsb. Untuk media offline seperti iklan tv, pamflet, dsb.</li> </ol>

	<p><b>3. Bagaimanakah kebijakan dan aturan dalam promosi tersebut? Apakah terdapat aturan khusus dari distributor untuk hal tersebut?</b> Aturan dan kebijakan tidak ada untuk saat ini.</p> <p><b>4. Apakah promosi untuk teh hijau dapat berlaku dalam platform berbasis online?</b> Ya, dapat diberlakukan</p> <p><b>5. Strategi apakah yang paling cocok untuk diterapkan pada promosi teh hijau?</b> Yang paling tepat adalah menggunakan demo langsung di depan masyarakat agar menarik rasa penasaran masyarakat sambil mengedukasikannya secara perlahan.</p>
--	---

4. Nama Informan: Safira Liana Martin

Tabel L.4.1 Pertanyaan Umum Wawancara Terkait Teh Hijau

Daftar pertanyaan umum
<p><b>1. Apa yang anda ketahui mengenai tanaman teh?</b> Tanaman teh bernama <i>Camellia Sinensis</i>, satu jenis tanaman tersebut bisa menghasilkan beberapa jenis teh, jam untuk memetik teh juga menentukan jenis teh itu sendiri.</p>
<p><b>2. Apa yang anda ketahui mengenai teh bagi sebagian besar orang?</b> Beberapa orang hanya mengenal teh komersil seperti 2tang dan sebagainya yang termasuk black tea dengan grade komersial. Akan tetapi ada juga yang mengetahui salah satu teh mahal yaitu white tea dan teh yang menyehatkan yaitu teh hijau.</p>
<p><b>3. Bagaimanakah cara untuk mengkonsumsi tanaman teh dengan benar?</b> Cara penyeduhan teh yang benar adalah menggunakan suhu yang sesuai.</p>
<p><b>4. Bagaimana daya konsumsi teh masyarakat Indonesia dan penerapannya di kehidupan sehari-hari?</b> Daya konsumsi teh di Indonesia masih cukup banyak akan tetapi tidak semua orang mengetahui cara penyeduhan yang benar.</p>
<p><b>5. Apakah daya konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan atau pengurangan setiap tahunnya?</b> Untuk saat ini mengalami peningkatan</p>
<p><b>6. Jenis teh apakah yang pernah atau biasanya anda konsumsi sehari-hari? Apakah salah satu diantaranya adalah teh hijau?</b> Yang cukup sering dikonsumsi untuk pribadi biasanya <i>White Peony</i> atau <i>Oolong Tea</i> tetapi terkadang juga mengkonsumsi teh hijau dari Sukabumi.</p>
<p><b>7. Produk teh hijau apakah yang anda pernah atau sering konsumsi?</b> Biasanya teh hijau dari sukabumi.</p>
<p><b>8. Apakah teh hijau bermanfaat bagi kesehatan? Kalau ada apakah khasiat dari teh hijau tersebut?</b> Biasanya orang-orang beranggapan bahwa teh hijau bagus untuk diet. Selain itu teh hijau juga bisa menurunkan resiko diabetes, dll.</p>

**9. Apakah teh hijau aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang?**

Dikonsumsi jangka waktu panjang tidak masalah tetapi tidak boleh setiap saat.

**10. Apakah cara konsumsi teh hijau bagi masyarakat Indonesia sudah tepat?**

Tidak terlalu tepat.

**Tabel L.4.2 Pertanyaan Wawancara Terkait Bauran Pemasaran**

<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>
<i>Product (Produk)</i>	<p><b>1. Apakah jenis produk dari teh hijau yang anda ketahui? Produk manakah yang diminati oleh masyarakat Indonesia?</b> Minuman, makanan, dan kecantikan (buat pori-pori dan kantong mata) yang paling diminati tetap minuman.</p> <p><b>2. Produk manakah yang memiliki khasiat terbaik dan dianjurkan untuk sering dikonsumsi?</b> Minuman (yang masih asli).</p> <p><b>3. Apakah produk teh hijau populer di Indonesia? Apakah kepopuleran produk teh jenis ini berdampak baik bagi masyarakat Indonesia?</b> Populer tapi yang komersial grade (yang biasa ada di supermarket &amp; minimarket) seharusnya kepopulerannya baik cuma terkadang orang Indonesia berlebihan dan tidak tahu cara konsumsi dengan benar.</p> <p><b>4. Apakah produk yang cocok dipasangkan dengan teh hijau?</b> <i>Ice cream atau Gelato, Cake, dll (Bakery or Pastry).</i></p>

<p><i>Process (Proses)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia?</b>          Dari pemerintah, petaninya diminta menjual juga (marketingnya petani) akhirnya dapat <i>channel</i> (tapi dasarnya dari pemerintah) walau orang tehnya dari yang punya <i>café</i> langsung (yang PTPN cuma dapat list setoran) yang jualan petaninya sendiri (usaha sendiri).</li> <li>2. <b>Apakah penyebaran teh hijau di Indonesia memiliki persetujuan peredaran oleh BPOM?</b>          Sepengetahuan belum ada, tapi mungkin yang sudah grade komersial seperti 2tang, dll pasti sudah ada persetujuannya.</li> <li>3. <b>Apakah produk teh hijau mudah ditemui di pasar-pasar maupun restoran di Indonesia?</b>          Susah, karena ga semua <i>café</i> punya (dominan tea bag, dan biasa hanya tersedia teh hitam).</li> <li>4. <b>Sebaiknya bagaimana proses pendistribusian teh di Indonesia? Apakah proses pendistribusian teh hijau di Indonesia dapat dilakukan secara online?</b>          Karena belum baik distribusinya, pemerintah keras terhadap petani karena petani yang kerja keras tapi yang dapat untung pemerintah. Sebaiknya pemerintah turun tangan dan mulai memberikan atau memperkenalkan secara perlahan mengenal kualitas teh indo (membangun awareness) dan bisa dilakukan secara online.</li> </ol>
<p><i>People (Partisipan)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Bagaimanakah petani teh hijau dalam membudidayakan teh hijau di Indonesia?</b>          Masih secara manual, metikin langsung ga pake mesin jadi emang niat petaninya itu sendiri atau tidak ada bantuan dari pemerintah (sortirin manual).</li> </ol>

	<p><b>2. Apakah pengedaran teh hijau di Indonesia langsung dari petani atau melalui distributor tertentu?</b> Petani, distributor rata-rata beli secara online (tidak langsung).</p> <p><b>3. Perusahaan mana sajakah yang mengelola produk teh hijau menurut pengetahuan anda?</b> 2tang, Tong tji, Twining, Teh 63</p> <p><b>4. Segmen masyarakat manakah yang dapat mengkonsumsi teh hijau?</b> Semua segmen bisa (dominan menyeluruh) namun menengah keatas lebih berani ambil teh <i>top grade</i>.</p>
<p><i>Price (Tarif Harga)</i></p>	<p><b>1. Apakah harga teh hijau di pasaran saat ini sudah terjangkau oleh berbagai segmen masyarakat?</b> Tergantung <i>grade</i> itu sendiri, kalo komersial <i>grade</i> sudah terjangkau.</p> <p><b>2. Bagaimana cara menetapkan harga teh berdasarkan kualitas? Apakah terdapat strategi tertentu?</b> Pasti dari kualitas, makin tingginya kualitas pasti akan semakin mahal. Strateginya nawarin dulu ke <i>customers</i> dengan cara tehnya ditanya dipake buat apa, untuk dijual atau gimana. Biasa kalo dijual pasti langsung dikasih lebih mahal (tapi untuk konsumsi pribadi juga rela mahal biasanya) pokoknya strateginya menggali <i>customers</i> dulu, penjual hanya tembak harga.</p> <p><b>3. Apakah diperlukan strategi diskon untuk diterapkan ke dalam pemasaran produk teh hijau di masyarakat?</b> Ga perlu, harganya sudah terjangkau (karena tiga gram teh murah dan bisa jadi banyak)</p>

	<p><b>4. Apabila diperlukan, kapankah sebaiknya strategi diskon untuk produk teh hijau diterapkan di pasaran?</b> Ketika stock <i>green tea</i> lagi banyak dan ga di-<i>keep</i> sama pemerintah untuk impor ke luar negeri.</p>
<p><i>Place (Lokasi)</i></p>	<p><b>1. Apakah teh hijau dapat dijangkau dan dikonsumsi di area publik?</b> Sudah terjangkau sebenarnya di area publik kecuali tempat yang dibawah standart banget.</p> <p><b>2. Bagaimanakah kondisi pasar teh hijau di Indonesia dan apa sajakah kendala dalam penjualan maupun pendistribusiannya?</b> Kondisi lebih dominan pasar online, kurang di kenalkan ada kendala jadi terhambat.</p> <p><b>3. Pada lokasi apa sajakah sebaiknya pemasaran teh hijau dapat diterapkan?</b> Acara-acara kuliner atau kelas barista tapi ini bukan dari pemerintah (kota besar) sisanya biasa <i>black tea</i>.</p>
<p><i>Physical evidence (Lingkungan /Pendukung fisik)</i></p>	<p><b>1. Apakah produk teh hijau di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang berbeda dengan produk teh lain?</b> Rasa sebenarnya sama aja, hampir sama jadi memang ga ada ciri khas sendiri.</p> <p><b>2. Bagaimanakah stok atau ketersediaan produk teh hijau di belahan bumi Nusantara? Apakah tercukupi dan berbanding lurus dengan pola konsumsi masyarakat kita untuk ketersediaan sekarang?</b> <i>Demand</i> lebih besar dari <i>supply</i> (karena <i>supply</i> sedikit, pemerintah ga mau keluarin malah di <i>keep</i> buat duit seperti di impor dan di lelang (kalau <i>demand</i> sama dengan <i>supply</i>, harga akan kacau).</p>

	<p><b>3. Apakah produksi teh hijau Indonesia mampu bersaing di ranah ekspor ke negara lain?</b> Mampu, yang di impor juga teh lokal Indonesia.</p> <p><b>4. Lingkungan mana sajakah yang mendukung dan tidak mendukung penjualan teh hijau?</b> Resto Asia mendukung, yang ga mendukung rumah makan kecil atau warung.</p>
<p><i>Promotion (Promosi)</i></p>	<p><b>1. Bagaimanakah cara menambah minat masyarakat dalam mengkonsumsi teh hijau?</b> Pemerintah bangun <i>awareness</i> dan memperkenalkan teh</p> <p><b>2. Apa sajakah media promosi yang dapat membantu distribusi teh hijau kepada masyarakat?</b> <i>Online</i>, iklan segala-galanya (tapi harus dari pemerintah balik lagi).</p> <p><b>3. Bagaimanakah kebijakan dan aturan dalam promosi tersebut? Apakah terdapat aturan khusus dari distributor untuk hal tersebut?</b> Ga ada aturan khusus, organisasi belum jelas. Promosi jadi nentuin sendiri (tergantung pendidikan masing-masing).</p> <p><b>4. Apakah promosi untuk teh hijau dapat berlaku dalam platform berbasis online?</b> Berlaku</p> <p><b>5. Strategi apakah yang paling cocok untuk diterapkan pada promosi teh hijau?</b> Buat Event, terjun ke event, dan kasih demo teh.</p>



## 1.2 Lampiran Surat Keterangan



Gambar L.1 Surat Keterangan Bpk. David Widjaja

**SURAT KETERANGAN**  
**TELAH MELAKUKAN WAWANCARA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dikki Zuchradi Choesrani, SST.Par., MM.**  
Jabatan : Dosen Universitas Bunda Mulia  
Spesialis : *Food & Beverage Service, Bar and Management*

Menerangkan bahwa :

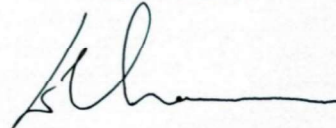
Nama : **Sigrid Martina**  
NIM : 31160024  
Universitas : Universitas Podomoro  
Jurusan : *Hotel Business Program*

Telah melaksanakan kegiatan wawancara di Universitas Bunda Mulia pada Hari Selasa, tanggal 19 November 2019 dalam rangka penyusunan tugas akhir dengan judul:  
**"Analisis Strategi Komersialisasi Teh Hijau di Indonesia."**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebagaimana mestinya untuk keperluan diatas.

Jakarta, 6 Desember 2019

Yang menerangkan,



**Dikki Z. Choesrani**

**Gambar L.2 Surat Keterangan Bpk. Dikki Z.**



## KOFFIE 25&URBAN TEA

Jl. Amarta raya DB2/15A  
Villa Pamulang, Tangerang Selatan-Banten  
(+62)85780980858

---

### SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lenny Martin  
Jabatan : Pemilik Toko

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : Sigrid Martina  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Universitas : Podomoro University

Sudah melakukan wawancara pada tanggal 14 Desember 2019. Wawancara tersebut dilakukan untuk memenuhi tugas akhir yang berjudul "Analisis Strategi Komersialisasi Teh Hijau di Indonesia".

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya untuk keperluan diatas.

Jakarta, 15 Desember 2019

Yang bertanda tangan,



Lenny Martin.

**Gambar L.3 Surat Keterangan Ibu Lenny Martin**

[ti;kopi]

ti;kopi

Jl. Amarta raya DB2/15A  
Villa Pamulang, Tangerang Selatan-Banten  
(+62)83895396211

---

**SURAT KETERANGAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Safira Liana Martin

Jabatan : Pemilik Toko

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : Sigrid Martina

Pekerjaan : Mahasiswi

Universitas : Podomoro University

Sudah melakukan wawancara pada tanggal 8 Desember 2019. Wawancara tersebut dilakukan untuk memenuhi tugas akhir yang berjudul "Analisis Strategi Komersialisasi Teh Hijau di Indonesia".

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya untuk keperluan diatas.

Jakarta, 8 Desember 2019

Yang bertanda tangan,

 [ti;kopi]

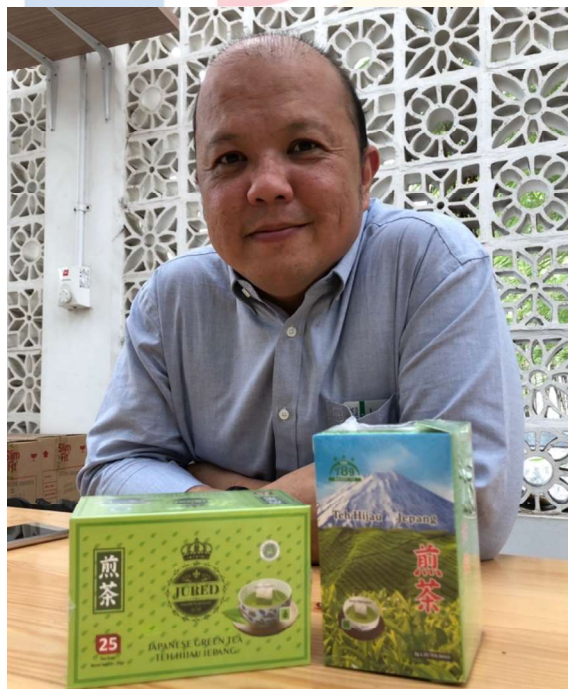
Safira Liana Martin.

**Gambar L.4 Surat Keterangan Sdri. Safira Liana**

### 1.3 Lampiran Foto



**Gambar F.1 Bpk. David Widjaja Bersama Peneliti**



**Gambar F.2 Produk PT. Quanoz**



**Gambar F.3 Bpk. Dikki Z. Bersama Peneliti**



**Gambar F.4 Produk Tea Addict**



**Gambar F.5 Sdri. Safira Liana Bersama Peneliti**



**Gambar F.6 Produk Ti;Kopi**



**Gambar F.7 Ibu Lenny Martin**



**Gambar F.8 Produk Koffie25 & Urban Tea**