

**Pengembangan Ekonomi Petani Bunga Rosella dalam Peningkatan Pemasaran Produk Olahan Rosella Kecamatan Semen**  
*Economic Development of Rosella Flower Farmers in Increasing Marketing of Processed Products Rosella in Semen Subdistrict*  
Dwi Retno Adriani<sup>1</sup>, Fadli Mulyadi<sup>1\*</sup>, Jemma Ayu Ingrida<sup>1</sup>, Aulia Nadhirah<sup>1</sup>, Septian Maulana Purnama<sup>1</sup>, Wuwun Risvita<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Brawijaya

Email: dwiretno.fp@ub.ac.id<sup>1</sup>, fadli.mulyadi@ub.ac.id<sup>2</sup>, jedda\_ayu@ub.ac.id<sup>3</sup>, aulianadhirah77@ub.ac.id<sup>4</sup>, septianmp@ub.ac.id<sup>4</sup>, wuwun\_risvita@ub.ac.id<sup>5</sup>

\*Corresponding author: fadli.mulyadi@ub.ac.id

**ABSTRAK**

Industri makanan dan minuman merupakan industri hilir dari sektor pertanian yang berpeluang menyerap tenaga kerja dan pemakaian produk dalam negeri, salah satunya adalah tanaman bunga rosella memiliki potensi besar menjadi bahan baku inovasi dalam industri makanan dan minuman. Salah satu sentra produksi bunga rosella berada di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri, yang mana umumnya rosella hanya dipasarkan dalam bentuk bunga kering dan kurang memiliki diversifikasi produk. Selain itu terbatasnya pengetahuan, keterampilan dan fasilitas produksi menyebabkan kelompok tani tidak memiliki motivasi dalam mengembangkan produk olahan bunga rosella. Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat akan memberikan pelatihan manajemen usaha dan pendampingan usaha kepada kelompok tani dengan tujuan meningkatkan nilai jual bunga rosella serta meningkatkan nilai jual melalui diversifikasi produk berupa minuman siap konsumsi dan *tea bag* siap seduh. Metode kegiatan yang dilakukan adalah penyusunan SOP pemasaran produk, FGD pendampingan *online* shop, pelatihan dan workshop, monitoring kegiatan dan bantuan perawatan alat. Hasil kegiatan adalah memperoleh izin usaha dan pengembangan pelatihan terkait promosi serta pemasaran produk olahan bunga rosella baik secara *offline* maupun *online* dengan membuat *e-commerce* pada situs-situs penjualan.

**Kata Kunci:** bunga rosella; industri minuman; kelompok tani; nilai jual

**ABSTRACT**

*The food and beverage industry is a downstream industry from the agricultural sector that has the opportunity to absorb labor and use domestic products, one of which is the rosella flower plant which has great potential to become the raw material for innovation in the food and beverage industry. One of the centers for rosella flower production is in Semen District, Kediri Regency, where generally rosella is only marketed in the form of dried flowers and lacks product diversification. In addition, limited knowledge, skills and production facilities have caused farmer groups not to have the motivation to develop processed rosella flower products. The purpose of Community Service activities is to provide business management training and business assistance to farmer groups with the aim of increasing the selling value of rosella flowers and increasing selling value through product diversification in the form of ready-to-consume drinks and ready-to-brewed tea bags. The method of activities carried out is the preparation of product marketing SOPs, online shop assistance FGDs, training and workshops, monitoring activities and equipment maintenance assistance. The result of the activity is obtaining a business license and developing training related to the promotion and marketing of processed rosella flower products both offline and online by creating e-commerce on sales sites.*

*Key Words: beverage industry; farmers; roselle flower; sale value*

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi diperlukan oleh setiap negara dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang meningkat (Susanti, 2008). Salah satu sektor industri yang sedang berkembang adalah industri makanan dan minuman, di mana industri tersebut merupakan industri hilir pada sektor pertanian yang berpotensi mengalami pertumbuhan.

Mahesa menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman berpeluang untuk menyerap tenaga kerja dan pemakaian produk dalam negeri. Bunga roella adalah salah satu tanaman herbal cukup populer di Indonesia yang dipasarkan dalam bentuk kering (Mahesa, 2010).

Rosella merupakan tanaman penghasil serat alami yang memiliki nilai manfaat untuk pangan dan kesehatan, sehingga diversifikasi rosella cukup besar karena rosella memiliki kandungan fitokimia potensial yang memiliki aktivitas

antibakteri, antifungal, antidiabetes, dll (Nurnasari & Khuluq, 2017).

Salah satu manfaat dari rosella adalah menurunkan tekanan darah (Mun'im et al., 2008). Beberapa produk olahan dari bunga rosella diantaranya adalah teh, sirup dan selai, bunga rosella merupakan komoditi yang mudah rusak sehingga memerlukan pengesan dan penyimpanan yang baik.

Pengemasan dan penyimpanan memiliki tujuan untuk mencegah terjadinya kerusakan pada bahan pangan dan menambah umur simpan (Kumalasari & Nurhidajah, 2011). Kecamatan Semen Kabupaten Kediri adalah salah satu wilayah penghasil bunga rosella, menurut penelitian Permana perkebunan di Kecamatan Semen dapat menghasilkan 1,25 kg kelopak bunga basah dari setiap tanaman rosella (Permana, 2017).

Mediatani menyatakan bahwa penjualan bunga rosella mencapai Rp 85.000,-/kg dengan mayoritas rosella merah dan ungu. Permintaan pasar luar kota terhadap bunga rosella kering dapat mencapai 6 ton/bulan, namun Kecamatan Semen hanya

mampu memasok bunga rosella sebesar 2 ton.

Petani rosella di Kecamatan Semen saat ini hanya menjual hasil panen dalam bentuk bunga kering dengan sistem pengeringan alami dan dijual kepada pengepul. Minimya diversifikasi dari produk bunga rosella disebabkan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah tanaman rosella untuk menambah nilai jual produk.

Rendahnya nilai jual tersebut disebabkan karena kurangnya dukungan fasilitas berupa mesin pengering dan alat pengemasan, selain itu pula kurangnya pengetahuan petani terhadap bunga rosella terutama mengenai manajemen usaha dan sistem pemasaran menjadikan industri olahan rosella tidak dapat berkembang.

Kelompok tani di Kecamatan Semen memiliki beberapa permasalahan, yaitu (1) kelompok tidak memiliki kemampuan dalam manajemen usaha, (2) kurangnya diversifikasi produk olahan bunga rosella, (3) pengemasan produk dan kualitas yang kurang menarik serta inovatif, (4) pemasaran hanya

disalurkan pada pengepul, dan (5) terbatasnya fasilitas mesin pengolahan dan pengemasan.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan ekonomi petani guna meningkatkan pemasaran produk olahan untuk mengahadap era industri 4.0 melalui pelatihan manajemen usaha, diversifikasi produk olahan dan strategi pemasaran.

#### **METODE PENELITIAN**

Kegiatan ini diterapkan pada kelompok tani bunga rosella di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Metode kegiatan yang dilakukan adalah (1) Penyusunan SOP dalam pemasaran produk, (2) FGD dalam pendampingan terkait pembuatan *online shop*, (3) Pelatihan dan workshop, (4) Pendampingan usaha dan monitoring evaluasi kegiatan, dan (5) kegiatan dalam bentuk bantuan dan perawatan alat.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil observasi pada mitra dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ditemukan beberapa faktor yang mendukung dan menghambat sesuai kondisi petani

bunga rosella di lingkungan Desa Pagung Kecamatan Semen, yaitu :

Tabel 1 : Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Adanya kelompok tani bunga rosella	Kurangnya minat petani rosella karena tidak memiliki pasar
Dukungan dari pihak pemerintahan kabupaten, kecamatan dan desa	Belum adanya program khusus dari pemerintah terhadap petani bunga rosella
Kemampuan petani bunga rosella dalam mengolah dengan didukung alat pengerin yang sesuai standar	Ketidak mampuan dalam menggapai pasar diluar Kediri
Adanya penawaran dari beberapa pihak	Tidak memiliki sarana prasarana transportasi untuk pengiriman dan distribusi produk olahan bunga rosella
Keterlibatan ibu-ibu dalam pengolahan menambah SDM yang terlibat	Belum bisa memenuhi kuantitas yang diinginkan pasar

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Semen memiliki delapan

kegiatan, yaitu (1) persiapan kegiatan, (2) sosialisasi, (3) penyusunan SOP pemasaran, (4) *focus group discussion*, (5) pelatihan dan workshop, (6) pengemasan dan pemasaran, (7) pendampingan dan (8) pelaporan serta seminar.

Persiapan kegiatan berupa survei dan observasi lapang yang digunakan sebagai bahan acuan, informasi yang didapatkan bahwa petani rosella di lokasi pengabdian memiliki peluang besar dalam mengembangkan pasar. Namun, hal ini terkendala karena pengolahan belum optimal sehingga standar kualitas belum dapat terpenuhi. Sosialisasi diberikan dengan mengutamakan pada materi terkait pengolahan optimal yang akan disampaikan kepada petani.

Kegiatan kedua adalah penyusunan SOP pemasaran yang meliputi aspek pasar dan studi kelayakan, hal ini dilakukan sebagai gambaran terkait informasi produk sebagai *benchmark*, jenis pasar yang dipilih, informasi pergerakan permintaan konsumen terhadap suatu barang, proyeksi permintaan produk di masa mendatang dan informasi

mengenai pangsa pasar. Hal ini dilakukan untuk peningkatan *knowledge* dan wawasan petani di Kecamatan Semen.

*Focus Group Discussion* (FGD) dilaksanakan secara luring di Balai Desa Panggung, Kecamatan Semen, di mana dalam kegiatan ini dihadiri oleh 15 orang ibu-ibu yang membantu dalam kegiatan pengolahan bunga rosella dan juga melibatkan beberapa mahasiswa dalam pelaksanaan FGD.

Kendala yang dihadapi oleh kelompok tani adalah masih belum adanya cara pengolahan yang dapat membuat bunga rosella dapat bertahan lama dalam kemasan. Bila bunga rosella tidak dapat bertahan maka akan mengalami kerusakan dan tidak dapat dijual, sedangkan pasar rosella cukup baik untuk pemesanan dari luar kota dan luar Jawa.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian memiliki fokus pada pelatihan dan workshop yang menekankan pada pentingnya pasar bagi produsen. Pelatihan yang diberikan tentang manajemen produksi, keuangan dan pemasaran dengan tujuan jangka panjang berupa

kemandirian petani dalam menjalankan usahanya.

### **1. Diversifikasi Produk dan Perbaikan Kemasan Produk**

Hasil panen bunga rosella hanya dijual dalam bentuk kering, dengan adanya diversifikasi produk menjadi olahan lain diharapkan akan menambahkan nilai jual rosella. Bahan baku bunga rosella terbagi menjadi dua jenis, yaitu rosella berwarna merah dan ungu.

Alternatif produk olahan yang ditawarkan adalah produk teh rosella dalam kemasan siap minum dan *tea bag*. Teh rosella siap minum dikemas dalam bentuk botol plastik berukuran 330 ml dan *tea bag* siap seduh.

Sejalan dengan kegiatan pengabdian di Desa Semen, di Desa Paduan Rajawali mengalami permasalahan yang sama, yaitu produk mengalami kendala pada produktifitas dari produk olahan yang diatasi melalui penambahan varian dan macam pengemasan produk (Amien et al., 2021)

Kemasan juga merupakan salah satu media promosi yang memuat informasi mengenai produk yang dipasarkan. Pengemasan perlu

diimbangi dengan adanya langkah promosi akan pemasaran yang efektif dan efisien sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat.

Pemasaran tidak hanya dilakukan secara offline, sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi maka pemasaran online perlu dilakukan untuk membuka pasar baru. Pemasaran online dapat melalui situs penjualan, seperti Shopee, IG, FB, Website dll.

Perkembangan pemasaran perlu diimbangi dengan perbaikan kemasan, oleh karena itu perbaikan akan kemasan sangat diperlukan. Salah satu pilihan kemasan tahan lama adalah dengan sistem vacum sealer.



Gambar 1 : Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Penggunaan Vacum Sealer

## 2. Peningkatan Promosi Penjualan

Pemasaran produk olahan rosella dibagi menjadi pemasaran *offline* yang bekerjasama dengan swalayan serta toko oleh-oleh yang ada di Kabupaten Kediri, di mana produsen menitipkan produk untuk kemudian dijual dengan sistem konsinyasi. Sedangkan pemasaran *online* memiliki tujuan agar penjualan produk dapat terjangkau oleh konsumen yang berada di luar Kediri, di mana pada pemasaran *online* akan membuat akun pada situs *marketplace* seperti Bukalapak, Shopee dll.

Penggunaan media sosial mampu memberikan prospek yang baik untuk meningkatkan penjualan, hal ini dikarenakan sistem digital marketing menyediakan platform jual beli secara online yang mempermudah

proses pemesanan dan pembelian (Achmad et al., 2020).

Menurut penelitian Siagian menyebutkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan untuk pemasaran produk adalah Instagram, Youtube dan Facebook, di mana media sosial ini membantu dalam mempromosikan produk yang dapat dijangkau oleh calon pembeli dengan mudah (Siagian et al., 2020).

Jual beli melalui media online memiliki keunggulan dalam mengembangkan jaringan pemasaran yang mampu memangkas biaya promosi hingga 80% dan dapat menciptakan jaringan pemasaran yang lebih luas serta cepat (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

Promosi produk yang dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan produk olahan/diversifikasi produk kepada konsumen, strategi promosi yang dilakukan adalah :

a. Mengikuti pameran-pameran dan pasar minggu, pemasaran secara langsung dengan memberikan produk *sample* kepada konsumen, sehingga secara tidak langsung persuasif terhadap produk akan terjadi

pada konsumen. Komunikasi dalam pemasaran adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran, selain itu komunikasi bertujuan untuk memperkenalkan, menjalin dan menciptakan interaksi dengan konsumen (Kusniadji, 2016)

- b. Menyebarkan pamflet/brosur tentang produk olahan rosella pada saat pameran, brosur yang disebar dengan kreatif dan komunikatif dirasa dapat menjadi media cetak untuk memasarkan produk.
- c. Pemasaran menggunakan internet melalui media sosial, penyebaran informasi dengan memanfaatkan media sosial memiliki keuntungan karena mudah dan dapat dilakukan di mana saja, sehingga dapat mempermudah promosi dalam lingkup luas dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, menunjukkan bahwa tingkat produksi kelompok tani bunga rosella sebenarnya cukup tinggi

dan mempunyai potensi, akan tetapi dengan adanya beberapa kendala yang dihadapi yaitu berupa minat untuk menjual dan kurang tercukupinya alat dan teknologi. Adanya kegiatan ini membantu ibu-ibu petani bunga rosella dalam menambahkan keterampilan dalam minat, selain itu adanya pelatihan pembuatan toko *online* membuat kemudahan dalam menjangkau pasar dan menambah konsumen, baik diluar maupun di dalam negeri.

Kedepannya perlu dibuat rancangan usaha yang tepat supaya kegiatan produksi hingga pemasaran dapat memberikan keuntungan lebih bagi kelompok tani bunga rosella. Pendampingan yang berkala juga akan mengetahui seberapa besar tingkat produktivitas dan manajemen dalam kelompok tani bung rosella. Selain itu dalam kelompok tani membuat suatu susunan organisasi supaya masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pelaksanaan setiap kegiatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial

Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.

Amien, E. R., Haviz, M., Yulianti, T., Suhandy, D., & Telaumbanua, M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Rosella Di Kampung Paduan Rajawali, Tulang Bawang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 128–132.

Kumalasari, D., & Nurhidajah. (2011). Variasi Jenis Kemasan Dan Lama Penyimpanan Pada Suhu Ingin Terhadap Kadar Vitamin C Dan Daya Terima Jam Rosella (*Hibiscus sabdariffa*). *Jurnal Pangan Dan Gizi*, 2(3), 55–66.

Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.

Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227–235.

Mahesa, B. (2010). Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Industri Minuman Di Indonesia Periode 2006 – 2009. *Media Ekonomi*, 18(3), 1–18.

Mun'im, A., Hanani, E., & Mandasari, A. (2008). Pembuatan Teh Herbal Campuran Kelopak Bunga Rosella (*Hibiscus Sabdariffa*) Dan Herba Seledri



- (*Apium Graveolens*). *Majalah Ilmu Kefarmasian*, 5(1), 47–54.
- Nurnasari, E., & Khuluq, A. D. (2017). Potensi Diversifikasi Rosela Herbal (*Hibiscus Sabdariffa* L.) untuk Pangan dan Kesehatan. *Buletin Tanaman Tembakau, Serat & Minyak Industri*, 9(2), 82–92.
- Permana, C. A. (2017). *Analisis Kelayakan Teknis Dan Finansial Pendirian Pengolahan Sirup Bunga Rosella (Hibiscus Sabdariffa) Skala Kecil* [Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/8385/>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran*, 3(3), 44–51.
- Susanti, E. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhipertumbuhan Ekonomi Indonesia* [Universitas Sumatera Utara]. [https://www.academia.edu/6331426/ANALISIS\\_FAKTOR\\_FAKTOR\\_YANG\\_MEMPENGARUHI\\_PERTUMBUHAN\\_EKONOMI\\_INDONESIA\\_TESIS\\_Oleh\\_EVA\\_SUSANTI\\_047018005\\_EP\\_SEKOLAH\\_PAS\\_CASARJANA\\_UNIVERSITAS\\_SUMATERA\\_UTARA\\_MEDAN\\_2008](https://www.academia.edu/6331426/ANALISIS_FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_PERTUMBUHAN_EKONOMI_INDONESIA_TESIS_Oleh_EVA_SUSANTI_047018005_EP_SEKOLAH_PAS_CASARJANA_UNIVERSITAS_SUMATERA_UTARA_MEDAN_2008)