

**STRATEGI PEMASARAN TEH ROSELLA
(*Hibiscus sabdariffa L.*) PADA KELOMPOK TANI WANITA
BINA KARYA DI KEC. PAUH DUO KAB. SOLOK SELATAN**

OLEH
EMILIA ZOLA
06114010



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

**STRATEGI PEMASARAN TEH ROSELLA (*Hibiscus sabdariffa L.*)
PADA KELOMPOK TANI WANITA BINA KARYA
DI KEC. PAUH DUO KAB. SOLOK SELATAN**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Strategi Pemasaran Teh Rosella (*Hibiscus sabdariffa L.*) Pada Kelompok Tani Wanita Bina Karya di Kec. Pauh Duo Kab. Solok Selatan" yang dilaksanakan pada Bulan Juni sampai Juli 2010 pada Kelompok Tani Wanita Bina Karya yang beralamat di Jorong Sungai Duo, Nagari Luak Kapau, Kecamatan Pauh Duo, Kabupaten Solok Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Kelompok Tani Wanita Bina Karya untuk meningkatkan volume penjualannya dimasa yang akan datang.

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Pedagang pengecer di wilayah Kab. Solok Selatan dijadikan responden penelitian yaitu sebanyak 6 orang. Pengambilan sampel untuk konsumen akhir dilakukan secara *Accidental Sampling* yang dipilih sebanyak 5 orang dari masing-masing pedagang pengecer. Sampel pesaing diambil berdasarkan pesaing yang memproduksi dan memasarkan teh rosella pada wilayah pemasaran yang sama dengan Kelompok Tani Wanita Bina Karya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan teh rosella POS WK terdiri dari faktor internal yaitu produk menggunakan bahan baku berkualitas, tersedia kemasan dengan ukuran kecil (20 gram), sistem pembayaran secara kredit untuk pedagang pengecer, sisa produk dapat dikembalikan, pengiriman barang yang tepat waktu, namun kemasan produk sederhana dan informasi label tidak lengkap. Daerah pemasaran luas mencapai Kota Padang, Sungai Penuh, Batam, Sijunjung, namun pendistribusian hanya dilakukan oleh satu orang. Promosi langsung kepada konsumen akhir yang terencana belum dilakukan, dan tidak ada pemberian potongan harga serta pemberian bonus. Produk Kelompok Tani Bina Karya belum terdaftar pada Dinas Kesehatan, Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan. Faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu banyaknya jumlah pesaing.

Strategi yang bisa diterima kelompok tani, yaitu: menjalin dan membina kerjasama yang baik dengan pedagang pengecer, memperbaiki kemasan dengan informasi label yang lengkap, melakukan variasi dan diversifikasi produk teh rosella merah, tetap menerapkan sistem pembayaran secara kredit serta memberikan potongan harga dan pemberian bonus satu bungkus untuk pembelian 10 bungkus. Penulis mengharapkan pihak kelompok tani dapat melaksanakan strategi pemasaran yang telah ditetapkan dengan berbagai pertimbangan sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal dari usaha teh rosella yang dijalankan.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia termasuk negara berkembang yang membuktikan bahwa sektor pertanian telah memegang peran penting dalam perekonomian negara. Pada masa krisis ekonomi, hanya sektor pertanian yang mampu bertahan dan masih dapat tumbuh. Pada periode pemulihan setelah krisis, pertanian juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi. Pada periode 2000 sampai 2002, dari sembilan sektor ekonomi yang ada, hanya empat sektor yang menunjukkan pertumbuhan, yaitu pertanian, pertambangan, jasa angkutan dan keuangan (Poerwanto, 2008).

Kegiatan pertanian, secara umum meliputi pertanian tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan. Hortikultura yang produksi utamanya buah, sayur, dan tanaman hias baru belakangan dianggap sebagai pertumbuhan ekonomi baru dari semula dipandang sebagai pelengkap pangan sehat saja (Harjadi, 2008).

Sektor pertanian yang mencakup sub-sektor tanaman pangan dan hortikultura, tanaman perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan, sampai saat ini masih merupakan andalan Sumatera Barat dalam membentuk PDRB. Khususnya di Kabupaten Solok Selatan. Pada tahun 2007 sektor pertanian memberikan sumbangannya terhadap PDRB Kab. Solok Selatan sebesar 39,90 persen dan pada tahun 2008 sebesar 39,54 persen. Pada tahun 2007 sub-sektor tanaman pangan dan hortikultura mengalami kenaikan, dari 13,82 persen menjadi 13,83 persen pada tahun 2008 (BPS, 2009).

Tanaman rosella adalah salah satu tanaman hortikultura. Selain memiliki nilai ekonomis yang tinggi, tanaman rosella (*Hibiscus sabdariffa L.*) ini juga memiliki khasiat yang bagus bagi kesehatan. Sehingga menarik minat petani maupun pengusaha untuk mengembangkannya. Kelopak bunga rosella dapat diolah sebagai bahan minuman segar berupa sirup dan teh, selai dan ekstrak minuman, terutama dari tanaman yang berkelopak bunga tebal, yaitu rosella merah. Kandungan vitamin dalam bunga rosella cukup lengkap, yaitu vitamin A, C, D, B1 dan B2. Bahkan, kandungan vitamin C-nya (asam askorbat) diketahui 3 kali lebih banyak dari anggur hitam, 9 kali dari jeruk sitrus, 10 kali dari buah belimbing, dan 2,5 kali dari jambu biji (Widyanto, 2009).

Tanaman rosella sudah dapat dipanen pada umur 5-6 bulan, yaitu terhitung dari masa ditanamnya biji. Pada umur tersebut, kelopaknya berwarna merah pekat dengan tekstur yang keras, hal ini pertanda bunga sudah siap dipetik. Rosella memiliki umur maksimal hingga 5 kali panen dengan kondisi tanah yang baik. Jika kondisi tanah tidak baik, rosella hanya mampu berbunga sebanyak 2-3 kali (Widyanto, 2009).

Prospek teh rosella di pasar domestik cukup baik karena penggemarnya berangsur-angsur meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya teh rosella yang beredar di supermarket atau swalayan di beberapa kota di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut sekarang telah berkembang sentra produksi rosella di berbagai daerah, diantaranya ialah Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur (Widyanto, 2009).

Usaha tanaman rosella ini banyak menarik minat petani karena keunggulan yang dimilikinya. Keunggulan dari segi kesehatan, nilai ekonomis yang tinggi serta peluang pasar yang masih terbuka. Selain dapat dijadikan sebagai produk jadi, rosella juga dapat dijadikan sebagai bahan mentah untuk sebuah produk seperti teh, selai, sirup, kopi, manisan, dan keripik rosella (Widyanto, 2009).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Barat bahwa tanaman rosella ini merupakan komoditi yang baru dibudidayakan dan dikembangkan, Kab. Solok Selatan adalah daerah yang pertama kali membudidayakannya. Pembudidayaan dilakukan oleh Kelompok Tani Wanita Bina Karya (KTW Bina Karya) Sungai Duo Kabupaten Solok Selatan. Usaha teh rosella yang mempunyai banyak keunggulan ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang diterapkan.

Strategi merupakan pedoman arah kebijakan yang sesuai dengan kondisi kekuatan dan kelemahan usaha. Lebih realistik lagi strategi suatu usaha adalah suatu rencana kegiatan untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan keterbatasan faktor – faktor produksinya, perubahan lingkungan dan persaingan (Gitosudarmo, 2001).

Pemasaran merupakan fungsi perusahaan dalam menentukan pelanggan sasaran, dengan cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara kompetitif dan menguntungkan. Kegiatan – kegiatan tersebut beroperasi

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Kelompok Tani Wanita Bina Karya Sungai Duo di Kecamatan Pauh Duo Kab. Solok Selatan, dalam melakukan usaha teh rosella POS WK, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dari KTW Bina Karya dalam menjalankan usaha teh rosella ini adalah tersedianya teh rosella dengan ukuran 20 gr dengan harga yang terjangkau menarik konsumen baru untuk melakukan pembelian, sistem pembayaran secara kredit di tingkat pedagang pengecer dan menerima pengembalian sisa produk serta pengantiannya dengan teh rosella yang baru menarik pedagang pengecer untuk tetap menjualkan produk, pelayanan yang lebih baik dan pengiriman barang tepat waktu (*on time*) merupakan kelebihan/kekuatan dari KTW Bina Karya ini. Adapun kelemahan dari KTW ini adalah produknya belum terdaftar pada Dinas Kesehatan, Diskoperindag, kemasan produk yang masih sederhana dengan informasi label yang tidak lengkap, tidak adanya pemberian potongan harga dan pemberian bonus, belum melakukan kegiatan promosi langsung pada konsumen akhir yang terencana, serta kegiatan pendistribusi yang hanya dilakukan oleh 1 orang menggunakan sepeda motor sehingga kegiatan pemasaran tidak efektif dan efisien. Sedangkan untuk faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman adalah 83,33 persen pedagang pengecer berpendapat jumlah permintaan produk KTW lebih banyak dari pesaing yaitu lebih 10 bungkus/minggu, banyaknya perusahaan jasa cetak sablon serta adanya lembaga yang dapat membantu untuk memperbaiki kemasan produk. Selain itu, untuk kelengkapan informasi label, adanya anjuran dari pemerintah untuk punya surat izin usaha, 100 persen pedagang pengecer berpendapat bahwa pesaing tidak menerima pengembalian sisa produk dan sistem pembayaran yang ditetapkan pesaing adalah secara tunai.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Angipora, Marius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Syaifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar Offset.
- Badan Pusat Statistik, 2009. *Solok Selatan Dalam Angka; Solok Selatan In Figures*. Kabupaten Solok Selatan.
- Buana, M. F, dkk. 2008. *Budidaya Rosella Merah (Hibiscus sabdariffa) sebagai Makanan Tambahan yang Bergizi Tinggi dan Apotek Hidup di Pekarangan Rumah*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Cravens, D. W. 1998. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat Jilid 2. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta. Salemba Empat.
- Direktorat Jendral Industri kecil Menengah Departemen Perindustrian. 2007. *Kemasan Flexible*. 2007.www.deperin.go.id. [20 Mei 2010].
- Gitosudarmo, Indriyo. 1997. *Perilaku Keorganisasian*. BPFE, Yogyakarta.
- Gultom, Dame Trully. 2001. *Perilaku Pemimpin dan Dinamika Kelompok Wanita Tani di Wilayah Kerja Penyuluh Petani (WKPP) Bumi raharja Gunung Sugih Lampung Tengah*. Bandar Lampung.
- Harjadi, M. M. Setyati. 2008. Untuk Memperoleh Buah Unggul yang Ranum, Perlu Kesabaran dan Kerja Keras, selain Bekal Pengetahuan Mendalam. pp. 487-490. *Dalam*: Kusumastanto, T., Sumarwan, U., Poerwanto, R., Manalu, W., Haluan, J., Soesanto, I.R.H., Kusmana, C., Setiawan, B.I. dan Koesmaryono, Y., editor. *Pemikiran Guru Besar Institut Pertanian Bogor, Perspektif Ilmu-Ilmu Pertanian dalam Pembangunan Nasional*. Penebar Swadaya. Bogor.
- Ino. 2009. Rosella Mulai Menjadi "Primadona" Pertanian Solsel. <http://m.antarasumbang.com> [3 Desember 2009].