

## **PENGEMBANGAN USAHA PRODUK TEH BERAS MERAH KELOMPOK WANITA TANI KUNTUM SARI DIDUSUN WONGAYA BETAN, MENGESTA, PENEHEL, TABANAN, PROVINSI BALI.**

**Putu Ledyari Noviyanti<sup>1)</sup>, Desak Ayu Sriary Bhegawati<sup>2)</sup>**

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Mahasaraswati Denpasar<sup>1)</sup>

Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Mahasaraswati Denpasar<sup>2)</sup>

email: [ledyarinoviyanti@unmas.ac.id](mailto:ledyarinoviyanti@unmas.ac.id)

### **Abstract**

Tea is they get milk to drink the most mostly consumed in the world after the water , being drinkable in asia for more than 4000 years .One of a group of of the business to which producing tea in the form of rice the reds are of a group of the village or are farm woman KWT Kuntum Sari situated holds true in Dusun Wongaya Betan , Desa Mengesta , Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Bali .The main problems that is experienced KWT provision and preparation for the producing tea in the form of rice red the following are a problem with marketing the product .From the matter so as tea leaves are set in red monday order by the business rice are likely to expand muamalat ran into financial difficulties review the import facility granted for the best solution of meet the goal of providing media training of marketing for member of KWT Kuntum Sari, as well as were given training to good financial management will be given attending to the duties of the import and the registration of expenditure .

**Keywords:** Red Rice tea, KWT Kuntum Sari, marketing

### **Abstrak**

*Teh merupakan minuman paling banyak dikonsumsi di dunia setelah air, yang diminum di Asia selama lebih dari 4000 tahun. Salah satu kelompok usaha yang memproduksi teh beras merah adalah dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Kuntum Sari terletak di Dusun Wongaya Betan, Desa Mengesta, Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Bali. Permasalahan utama yang dialami KWT ini selama memproduksi Teh Beras Merah berikut adalah masalah pemasaran produk. Dari permasalahan tersebut agar usaha teh beras merah berkembang diberikan solusi yaitu pengadaan pelatihan media pemasaran untuk ibu-ibu anggota KWT Kuntum Sari, serta diberikan pelatihan manajemen keuangan baik pencatatan pemasukan dan pencatatan pengeluaran.*

**Kata kunci:** Teh Beras Merah, KWT Kuntum Sari, Pemasaran

## **1. PENDAHULUAN**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi persaingan dunia usaha yang terus mengalami peningkatan. Salah satu sektor industri yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah sektor minuman. Seiring dengan perkembangan teknologi, industri pengolahan teh juga

turut berkembang dari waktu ke waktu (Mochamad, 2016). Teh merupakan minuman paling banyak dikonsumsi di dunia setelah air, yang diminum di Asia selama lebih dari 4000 tahun (Gardner, et al 2007). Di Thailand, teh adalah yang paling populer dalam hal budidaya di Provinsi Chiang Rai, kandungan tinggi

dari *phytochemical* pada teh yang memiliki sifat preventif pelindung seperti total polifenol dan katekin (Tijburg, et al 1997). Berdasarkan hal tersebut, konsumsi teh meningkat sehingga dibutuhkan peningkatan produksi teh untuk memenuhi permintaan pasar (Kusuma, 2008). Industri pengolahan teh menghasilkan berbagai macam produk akhir seperti halnya teh kering, teh celup, bahkan teh dalam kemasan botol yang mana kesemuanya dapat memberikan kemudahan untuk mengkonsumsinya (Siregar, 2009).

Salah satu kelompok usaha yang memproduksi teh beras merah adalah dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Kuntum Sari terletak di Dusun Wongaya Betan, Desa Mengesta, Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Bali. Kelompok Wanita Tani ini merupakan kelompok usaha produktif yang dibentuk pada tahun 2009 dimana beranggotakan ibu-ibu PKK di Dusun Wongaya Betan. Kelompok ini memiliki misi yaitu meningkatkan taraf hidup ekonomi keluarga masing-masing anggotanya. Produk yang dihasilkan dari kelompok produktif ini adalah Teh Beras Merah Kuntum Sari. KWT Kuntum Sari diketuai oleh Ni Luh Kade Rusmini, Sekretaris Ni Made Sri Artini, Bendahara Ni Putu Maha Yanti, dan mempunyai anggota aktif sebanyak 5 orang anggota.

Teh Beras Merah dibuat dari beras merah yang sudah disangrai/dioven sampai harum dan kemudian direbus bersama air selama 10 menit. Air rebusan ini kemudian disaring dan bisa dinikmati

langsung. Air rebusan juga dapat ditambah madu atau gula pasir, gula kelapa dan gula merah untuk menghilangkan rasa beras merah dalam minuman ini. Teh Beras Merah ini banyak mengandung vitamin B1 dan mineral. Beberapa manfaat teh beras merah untuk kesehatan antara lain menurunkan berat badan, meningkatkan metabolisme tubuh, menjaga keseimbangan gula darah, menurunkan kadar kolesterol jahat, mengatasi batu ginjal, sumber antioksidan dan tinggi dan menjaga kesehatan gigi serta tulang. Tahap awal dalam proses produksi adalah pemilihan beras merah. Dalam produksinya KWT Kuntum Sari menggunakan jenis beras merah terbaik yaitu jenis cendana (Beras Merah Bali Jatiluwih Asli) dengan kisaran harga Rp.22.000 per kg. Tahap selanjutnya, pengovenan dengan suhu 150<sup>0</sup> C dalam waktu kurang lebih satu jam. Pada tahap pengovenan ini, terjadi penyusutan berat beras merah sekitar 10%. Setelah tahap tersebut, teh beras merah dikemas dalam berbagai ukuran, yaitu 100 gr, 250 gr dan 1 kg. Keunggulan dari Teh Beras Merah produksi KWT Kuntum Sari ini dibandingkan Teh Beras Merah produksi lain adalah warna beras merah yang kehitaman namun tidak gosong.

Permasalahan utama yang dialami KWT ini selama memproduksi Teh Beras Merah berikut adalah masalah pemasaran produk. Dalam bidang pemasaran, produk yang dihasilkan telah mengikuti berbagai pameran bahkan telah menjalin beberapa kerjasama dengan Dinas Pangan serta

dinas-dinas terkait. Namun, hal tersebut masih belum mampu mengoptimalkan pemasaran dari produk ini. Permasalahan di bidang pemasaran produk ini secara tidak langsung mempengaruhi jumlah produksi kelompok ini. Kurangnya pemasaran produk mengakibatkan jumlah produksi Teh Beras Merah ini menurun.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **a. Prosedur Kerja**

Prosedur kerja yang dilakukan pada kegiatan ini adalah sosialisasi, pelatihan media pemasaran, pelatihan manajemen keuangan, dan evaluasi kegiatan. Prosedur kerja pertama adalah memberikan sosialisasi terkait prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini. Setelah sosialisasi, dilakukan wawancara dan observasi untuk mengetahui proses produksi dan pengelolaan keuangan mitra. Hasil wawancara dan observasi dijadikan bahan dalam menentukan permasalahan serta pemberian solusi atas permasalahan sebelumnya. Prosedur kerja selanjutnya adalah pelatihan untuk pemasaran, dan manajemen keuangan.

### **b. Rencana Kegiatan**

Berdasarkan permasalahan yang dialami mitra, berikut ini rencana kegiatan yang menjadi prioritas dalam kegiatan ini.

a. Sosialisasi kegiatan kepada mitra dalam hal ini KWT Kuntum Sari. Pada kegiatan ini disampaikan beberapa informasi terkait latar belakang kegiatan, target dan tujuan dari kegiatan. Selain penyampaian beberapa informasi, dilakukan juga

pencatatan data dan informasi proses produksi serta dokumentasi.

- b. Pemantauan kegiatan produksi mitra. Pada kegiatan ini dilaksanakan pemantauan kegiatan dalam proses produksi dan peningkatan kualitas produksi.
- c. Pelatihan media pemasaran. Kegiatan ini dilakukan untuk merambah lebih luas media sosial dalam rangka membantu pemasaran produk. Pelatihan ini berupa pelatihan menggunakan media sosial seperti Facebook, BBM, WA, Line dan Instagram serta Periklanan.
- d. Pelatihan manajemen keuangan. Mitra dilatih mencatat pengeluaran dan pendapatan produksi Teh Beras Merah agar mitra mengetahui pasti terkait pengeluaran, pendapatan, keuntungan dan kerugian selama proses produksi.
- e. Evaluasi kegiatan dilakukan setelah pelatihan manajemen keuangan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan-kegiatan sebelumnya. Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap Kelompok Wanita Tani (KWT) terutama dievaluasi kembali hasil penjualannya ke konsumen atas kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Permasalahan yang dialami mitra adalah bidang pemasaran. Untuk bidang pemasaran diberikan solusi terkait strategi

pemasaran. Dalam menyusun strategi pemasaran sebuah usaha, perlu memperhatikan beberapa hal, antara lain yaitu:

a) Konsistensi

Konsistensi dibutuhkan pada semua area *marketing*. Tujuannya agar dapat membantu mengurangi biaya *marketing* serta meningkatkan efektivitas penciptaan merek.

b) Perencanaan

Dalam menjalankan konsep *marketing* sebuah usaha, maka perlu perencanaan yang matang agar memperoleh banyak pelanggan. Karena itu, luangkan waktu sebanyak mungkin untuk merencanakan strategi *marketing* yang efektif, anggaran *marketing* yang dibutuhkan, serta konsep-konsep lainnya agar usaha dapat berkembang dengan pesat.

c) Strategi

Strategi adalah dasar bagi kelanjutan kegiatan *marketing* yang telah direncanakan sebelumnya. Beberapa hal yang biasanya dibahas saat menyusun rencana strategi adalah siapa target pasar, bagaimana cara membidik pelanggan, serta bagaimana cara menjaga agar konsumen yang ada menjadi pelanggan tetap.

d) Target Market

Definisikan secara tepat pangsa pasar apa yang sedang dituju. Caranya dengan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Hal ini bertujuan untuk memperjelas target pasar seperti apa yang ingin dimasuki

sehingga konsep *marketing* yang ingin dibuat lebih mudah untuk dilaksanakan.

e) Anggaran

Ini merupakan bagian paling berat sebab membutuhkan tingkat keakuratan yang tepat dalam menghitung anggaran *marketing* yang dibutuhkan. Sebab dari anggaran yang telah dibuat tersebut, dapat menentukan berapa dana yang dibutuhkan untuk melakukan pemasaran.

f) *Marketing Mix*

*Marketing mix* pada umumnya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat serta promosi. Perlu diputuskan secara spesifik produk atau jasa, berapa harga yang sesuai, bagaimana dan dimana akan didistribusikan, serta bagaimana cara agar orang lain dapat mengetahui mengenai produk apa yang sedang ditawarkan..

g) *Branding*

*Branding* merupakan proses yang menentukan apakah konsumen menerima produk dari perusahaan yang membuatnya. Usaha tentunya membutuhkan brand, mulai dari gambar, logo serta produk unggulan yang dihasilkannya agar dapat dikenal oleh masyarakat sehingga semakin berkembang.

h) *SNS Operation*

*SNS operation* merupakan salah satu strategi yang menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan iklan. Melakukan hal ini cukup mudah, hanya perlu membuat suatu akun

media sosial dan melakukan promosi dengan konten yang menarik. Jika perlu gunakan juga media yang berbayar untuk meningkatkan tingkat kunjungan ke media sosial, seperti Keyword Planner, Facebook Ads, Twitter Ads, Instagram Ads dan lain-lain.

i) *Mobile Marketing*

Dengan meningkatnya pengguna ponsel pintar dan tablet tentunya membuat pesan pemasaran dan konten untuk platform *mobile* merupakan suatu keharusan. Hal itu dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang melihat konten, menerima email serta membeli produk menggunakan

smartphone ini. Data mencatat bahwa sekitar 30 hingga 40% arus lalu lintas berasal dari perangkat *mobile*.

Berdasarkan beberapa penjelasan strategi pemasaran diatas, maka pemasaran yang memanfaatkan media memberikan dampak besar bagi pemasaran produk tersebut. Media yang digunakan seperti media sosial (Facebook, BBM, WA, Line, dan Instagram).

Dari semua strategi yang dilakukan yaitu pelatihan media pemasaran dan pelatihan manajemen keuangan dan dilakukan evaluasi terhadap kegiatan membawa pengaruh pada kemajuan usaha teh beras merah dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Kuntum Sari.



Gambar 1 Proses Wawancara dan Observasi



Gambar 2 Alat Produksi Teh Beras Merah



Gambar 3 Produk Teh Beras Merah (Ukuran 100 gr dan 250 gr)

#### 4. PENUTUP

##### a. KESIMPULAN

Dalam upaya pengembangan usaha teh beras merah Kelompok Wanita Tani (KWT), terdapat beberapa permasalahan yang dikaji dan di bantu dalam upaya meningkatkan usaha tersebut, yaitu yang menjadi permasalahannya adalah Produksi Teh Beras Merah tidak sama tiap bulannya, bergantung dengan pesanan produk dari konsumen. Hasil produksi Teh

Beras Merah Kuntum Sari dipasarkan di tempat tinggal mitra dan melalui pameran-pameran dari instansi terkait, Kurangnya media promosi produk Teh Beras Merah Kuntum Sari, dan Pencatatan pendapatan dan penjualan belum baik, sehingga dari permasalahan tersebut agar usaha teh beras merah berkembang diberikan solusi yaitu pengadaan pelatihan media pemasaran untuk ibu-ibu anggota KWT Kuntum Sari, serta diberikan pelatihan

manajemen keuangan baik pencatatan pemasukan dan pencatatan pengeluaran. Dari solusi tersebut yang diberikan membawa peningkatan/kemajuan usaha teh beras merah tersebut khususnya untuk peningkatan pendapatan kelompok wanita tani (KWT) di Dusun Wongaya Betan, Desa Mengesta, Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Bali.

#### **b. SARAN**

Setelah seluruh rangkaian proses pelatihan bagi ibu-ibu anggota KWT Kuntum Sari selesai dilaksanakan, dapat disampaikan saran yaitu bagi Tim Pengabdian Kepada Masyarakat agar lebih memperdalam ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam memberikan pelatihan pemasaran, pencatatan keuangan dalam pengembangan usaha teh beras merah. Bagi kelompok wanita tani dalam upaya meningkatkan usaha teh beras merah agar tetap semangat dalam menjalankan usaha teh beras merah, dan memanfaatkan kekuatan kualitas produk, ciri khas desain produk dalam menangkap peluang usaha teh beras di pasaran.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Dina, 2018. *Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UKM*, (<https://www.google.co.id/amp/s/www.jurnal.id/en/blog/2018/strategi-pemasaran-yang-efektif-untuk-ukm.amp%3flocale=en>, diakses tanggal 13 Agustus 2018, pukul 11.00 WITA)
- Gardner, E.J., C.H.S. Ruxton, and A.R. Leeds. 2007. Black tea – helpful or harmful. A review of the evidence. *European Journal of Clinical Nutrition*. 61(1): 3-18.
- Kusuma, W. 2008. Analisis Pucuk Tanaman Teh (*Camellia Sinensis (L.) O. Kuntze*) di Perkebunan Rumpun Sari Kemuning, PT. Sumber Abadi Tirtasentosa, Karanganyar, Jawa Tengah. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Siregar, N. 2009. Pengaruh Lamanya Perendaman Daun Teh Terhadap Kadar Tannin Beverage di PT. COCA-COLA Botling Indonesia Medan. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Tijburg, L.B.M., , S.A., Wiseman, W.G. Meijer, and Weststrate, J. A. 1997. Effects of green tea, black tea and dietary lipophilic antioxidants on LDL oxidizability and atherosclerosis in hypercholesterolae micrabbits. *Atherosclerosis*. 135(1):37-47.
- Tim, 2017. *Strategi Pemasaran Efektif Bagi Usaha*, (<https://www.logique.co.id/blog/2017/09/27/strategi-pemasaran-efektif-bagi-usaha/>, diakses tanggal 13 Agustus 2018, pukul 10.00 WITA)
- Wikipedia, “Teh Beras Merah”, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Beras\\_merah](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Beras_merah), diakses tanggal 10 Agustus 2018, pukul 20.00 WITA)