

STRATEGI PEMASARAN PRODUK ONDE-ONDE DENGAN PEWARNA ALAMI BUNGA ROSELLA DAN UBI UNGU DENGAN ISIAN SELAI BUAH (*SESAME BALLS FRUIT*)

Setyani Rianita Puspita Sari¹, Suci Salfa Dini², Muhammad Akmal Ramdhani³,
Rosyda Dianah^{4*}

¹Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, setyanirianita23@gmail.com_

²Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, sucisalfaadn@gmail.com

³Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, akmalramdhani2810@gmail.com

⁴Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor rosydadianah@apps.ipb.ac.id

Email Korespondensi: rosydadianah@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Onde-onde merupakan salah satu jajanan pasar yang berbahan dasar tepung ketan yang berisi kacang hijau dan berbentuk bulat berbalut dengan biji wijen. *Sesame Balls Fruit* adalah onde-onde yang dimodifikasi pada bagian isian yang menggunakan selai buah serta bagian warna kulit menggunakan pewarna dari larutan bunga rosella dan ubi ungu. Onde-onde termasuk dalam camilan atau makanan selingan yang banyak disukai oleh semua kalangan sehingga banyak wirausahawan baru yang ingin menjual produk onde-onde. Penulisan artikel ini bertujuan untuk memaparkan strategi pemasaran produk *Sesame Balls Fruit*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Analisis SWOT dari produk *Sesame Balls Fruit* terdapat kelemahan yaitu sudah banyak produk saingan yang hampir serupa berupa onde-onde isi kacang hijau. Target pasar *Sesame Balls Fruit* yaitu untuk berbagai kalangan mulai dari anak sekolah, mahasiswa, maupun masyarakat sekitar. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha *Sesame Balls Fruit* adalah mempromosikan produk lewat media sosial dan menjual secara langsung kepada konsumen dengan membuka kios di Pasar Anyar Bogor.

Kata Kunci: Onde-onde, selai buah, bunga rosella, ubi ungu

ABSTRACT

Onde-onde is a market snack made from sticky rice flour which contains green beans and is round in shape and covered in sesame seeds. Sesame Balls Fruit is onde-onde that is modified in the filling using fruit jam and the skin color using coloring from a solution of rosella flowers and purple sweet potato. Onde-onde is a snack or snack that is liked by all groups, so many new entrepreneurs want to sell onde-onde products. The aim of writing this article is to explain the marketing strategy for Sesame Balls Fruit products. The research method used is a qualitative descriptive method. The SWOT analysis of the Sesame Balls Fruit product has a weakness, namely that there are many similar competing products in the form of onde-onde filled with green beans. The target market for Sesame Balls Fruit is various groups ranging from school children, students, and the local community. The marketing strategy carried out by the Sesame Balls Fruit business is to promote products via social media and sell directly to consumers by opening a kiosk at Pasar Anyar Bogor.

Keywords: Onde-onde, fruit jam, rosella flowers, purple sweet potato

PENDAHULUAN

Rosella (*Hibiscus sadbariffa L.*) dan Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea batatas L. Poir*) adalah jenis bunga dan umbi yang mengandung antosianin. Antosianin merupakan golongan senyawa kimia organik yang dapat larut dalam larutan polar, serta dapat memberikan warna biru, orange, ungu, merah, hingga hitam pada macam-macam tumbuhan seperti: biji-bijian, sayuran, bunga, buah-buahan, dan umbi-umbian (Du et al., 2015). Pada tanaman, antosianin terletak di dalam sel vakuola, sehingga kebanyakan antosianin ditemukan dan dapat diambil dari beberapa bagian tanaman, seperti daun, biji, buah, mahkota bunga, hingga pada umbi. Macam-macam warna yang berbeda dalam antosianin memiliki informasi penting mengenai kandungan manfaatnya. Semakin kuat atau pekat warna yang dihasilkan pada tanaman, menunjukkan bahwa semakin besar kandungan antosianin yang terdapat pada tanaman tersebut (Priska dkk, 2018).

Warna yang keluar dari bunga rosella dan ubi ungu dapat dijadikan pewarna alami untuk produk olahan yang akan menggunakan pewarna. Salah satu produk olahan yang bisa menggunakan pewarna dari bunga rosella dan ubi ungu adalah onde-onde. Onde-onde adalah salah satu jajanan pasar yang disukai oleh semua kalangan yang berasal terbuat dari tepung ketan yang dibentuk menjadi bulatan dan diberi isian berupa kacang hijau, dilumuri wijen, dan digoreng hingga kecoklatan (Wulandari, 2019). Onde-onde termasuk makanan tradisional yang sering dijumpai pada tempat penjualan jajanan pasar dan disukai banyak anak-anak hingga orang dewasa. Warna pada onde-onde dapat diberikan pewarna dengan bahan-bahan alami mulai dari tumbuhan, umbi-umbian sampai pada buah-buahan. Salah satu bahan yang digunakan untuk mendapatkan warna ungu yaitu ubi ungu, sedangkan warna merah muda dapat menggunakan pewarna alami yaitu bunga rosella.

Buah merupakan salah satu sumber makanan yang mengandung berbagai macam nutrisi meliputi vitamin, mineral, dan zat gizi lainnya. Buah-buahan memiliki rasa yang beragam sehingga banyak diminati oleh semua kalangan. Buah yang dapat digunakan untuk isian onde-onde yaitu buah mangga, nanas, dan pisang. Buah-buahan tersebut diolah menjadi selai untuk mempertahankan daya simpan agar lebih awet dan mudah dikonsumsi. Nanas, mangga dan pisang memiliki kesamaan kandungan Vitamin C yang berguna untuk meningkatkan daya tahan tubuh manusia.

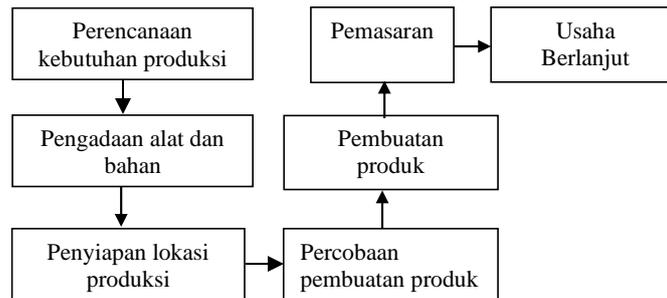
Pembuatan onde-onde yang dimodifikasi pada warna kulit dan isiannya ini dinamai *Sesame Balls Fruit* yang dibuat dengan bahan berkualitas dan higienis. *Sesame Balls Fruit* adalah inovasi jajanan pasar dari onde-onde dengan modifikasi isian dan warna kulitnya. Isian yang digunakan adalah buah-buahan yang dijadikan selai dari buah nanas, pisang dan mangga. Warna yang digunakan adalah warna ungu yang berasal dari ubi ungu dan warna merah muda yang berasal dari bunga rosella. Tujuan modifikasi warna dan isian ini bertujuan menarik minat masyarakat agar menikmati varian baru dari onde-onde. Adanya modifikasi ini diharapkan dapat memiliki nilai ekonomis serta membantu mencapai usaha *Sesame Balls Fruit* melalui kebutuhan dan peluang pasar, sekaligus pembekalan keterampilan dan kemandirian berwirausaha bagi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di area Sekolah Vokasi IPB pada tanggal 1 Februari sampai dengan 20 Maret 2024. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara implementasi dan pengamatan di lapangan. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan proses kegiatan dan strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha *Sesame Balls Fruit*.

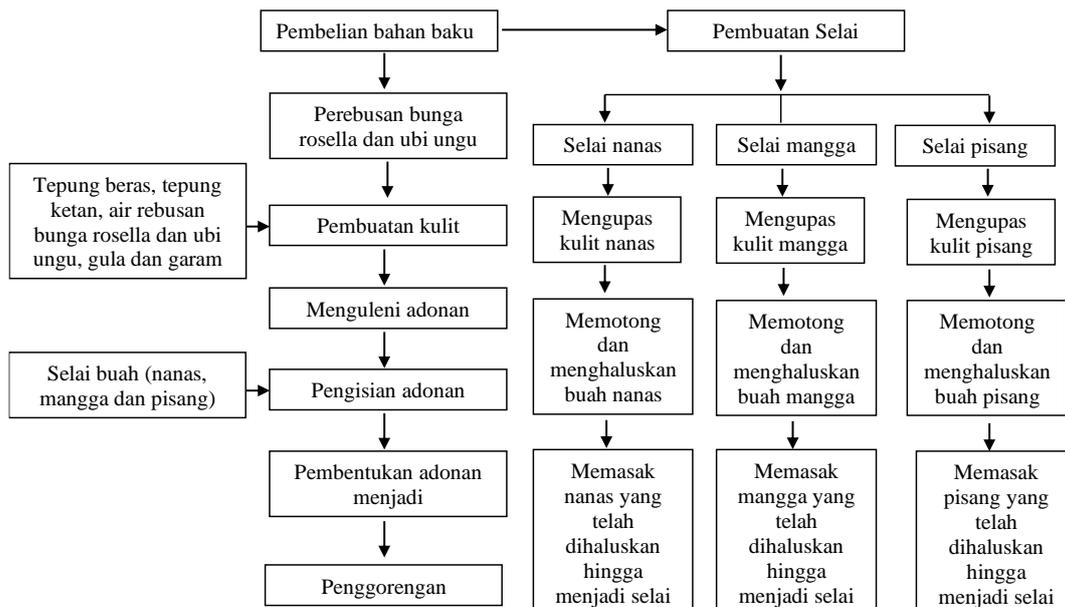
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Proses perencanaan usaha berdasarkan hasil pembuatan produk *Sesame Balls Fruit* meliputi perencanaan kebutuhan bahan baku melalui survey dan mencari bahan yang berkualitas baik. Pada proses ini, dilakukan perencanaan alat yang digunakan dan lokasi yang akan dijadikan tempat untuk produksi. Pada tahap perencanaan ini juga dilakukan percobaan uji resep dan daya simpan untuk mengetahui kelayakan dan evaluasi produk sebelum dipasarkan. Alur perencanaan usaha *Sesame Balls Fruit* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Perencanaan Usaha

Proses selanjutnya adalah pembuatan produk. Kegiatan produksi yang dilakukan adalah pembuatan kulit onde yang berbahan dasar dari tepung ketan yang diberi warna dari air larutan bunga rosella dan ubi ungu serta pembuatan selai dari buah mangga, nanas, dan pisang sebagai isian onde-onde. Tujuan pemilihan bahan tersebut untuk memberikan nilai tambah dari segi kesehatan. Bunga rosella dan ubi ungu mengandung antosianin yang dapat memberikan warna sehingga dapat digunakan sebagai pewarna alami. Penggunaan buah mangga, nanas, dan pisang sebagai isian memiliki kandungan vitamin C yang berguna untuk mempertahankan daya tahan tubuh. Proses produksi *Sesame Balls Fruit* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram proses produksi

Setelah melakukan proses produksi, tahap selanjutnya adalah pengemasan produk menggunakan mika berbahan dasar plastik dan juga *papercup*. Mika yang digunakan memiliki tutup tembus pandang yang dapat memperlihatkan isi produk. Tahap berikutnya adalah pemasaran produk. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan atau aktivitas untuk menyalurkan sebuah produk (barang atau jasa) kepada masyarakat, dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu pengusaha mendapatkan laba, sedangkan konsumen mendapatkan kepuasan (Aryanto, dkk, 2023). Pada proses pemasaran, perlu dilakukan analisis SWOT sebelum menentukan strategi pemasaran. Metode penjualan yang digunakan adalah penjualan secara langsung dan sistem *Pre-Order*. Penjualan secara langsung dilakukan di Pasar Anyar Bogor. Sistem *Pre-Order* diinformasikan secara online melalui media sosial meliputi instagram dan whatsapp.

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) dalam sebuah proyek tertentu atau spekulasi bisnis (Derajat dan Imam, 2023). Hasil analisis SWOT digunakan sebagai acuan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam upaya memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang serta secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman (Suriono, 2021). Analisis SWOT berperan penting dalam menentukan rencana strategi dan kebijakan dalam pemasaran produk. Berikut adalah identifikasi analisis SWOT pada usaha *Sesame Balls Fruit* :

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength	<ol style="list-style-type: none"> 1. Onde-onde adalah jajanan pasar yang sudah dikenal oleh masyarakat 2. Bahan utama dan isian mudah dicari serta harga terjangkau 3. Pemasaran dilakukan secara langsung maupun tidak langsung 4. Memiliki banyak varian rasa onde-onde dibandingkan dengan onde-onde biasanya
Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada inovasi dari segi bentuknya 2. Usaha yang baru dibentuk mempengaruhi jumlah masyarakat yang ingin mencoba produk baru
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat bersaing dengan varian rasa yang ada dan harga murah dengan kualitas baik 2. Dapat menjadi makanan selingan yang berbentuk <i>frozen food</i> 3. Usaha ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam menyediakan makanan selingan yang manis
Threat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan yang sudah mendominasi dan memiliki produk yang besar 2. Kenaikan biaya bahan baku yang digunakan

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan bisnis. Menurut Fitriyono dan Khuzani (2014), pemasaran memiliki tugas untuk menentukan pelanggan sasaran serta menentukan cara yang terbaik guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mitra kerja secara kompetitif. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan usaha baik itu usaha barang maupun jasa (Wibowo *et al*, 2015). Strategi bauran pemasaran terdiri dari 4 variabel yang meliputi produk atau *product*, harga atau *price*, promosi atau *promotion*, dan tempat atau *place*. Strategi ini biasa disebut dengan strategi 4P (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*). Strategi ini berguna sebagai acuan pemasaran produk untuk menunjang kehidupan bisnis supaya terus berjalan setiap harinya. Strategi 4P yang dilakukan oleh usaha *Sesame Balls*

Fruit antara lain sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Sesame Balls Fruit adalah produk yang berbahan dasar tepung ketan, memiliki berbagai varian isian dan juga warna yang membedakan, diantaranya pada varian warna ungu berisikan isian selai nanas, warna merah muda berisikan selai pisang dan warna krem berisikan selai mangga, pada varian warna hijau berisikan isian dan juga pada varian warna original berisikan isian selai pisang. Kemasan yang digunakan pada produk ini adalah kemasan berukuran panjang 13 cm X lebar 4,8 cm X tinggi 6 cm. *Sesame Balls Fruit* dijual secara paket dengan satu paket berisi tiga varian. Kemasan *Sesame Balls Fruit* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kemasan *Sesame Balls Fruit*

2. Harga (*Price*)

Produk *Sesame Balls Fruit* akan dijual dengan harga perpaketnya Rp.10.000 per 3 pcs. Paket yang ditawarkan untuk menjual produk *Sesame Balls Fruit* yaitu paket jajan dan paket pasar. Paket Jajan terdiri dari satu varian rasa dan konsumen hanya dapat memilih salah satu varian rasa yang tersedia (pisang atau mangga atau nanas). Paket Pasar terdiri dari 1 pcs varian pisang, 1 pcs varian mangga, dan 1 pcs varian nanas. Harga yang ditawarkan termasuk dalam kategori yang relatif murah dengan pasaran dan pesaing sehingga dapat menarik minat konsumen serta juga dapat memberikan sensasi sebuah hidangan selingan dengan rasa buah. Produk *Sesame Balls Fruit* Isi 3 dapat dilihat pada Gambar 4.

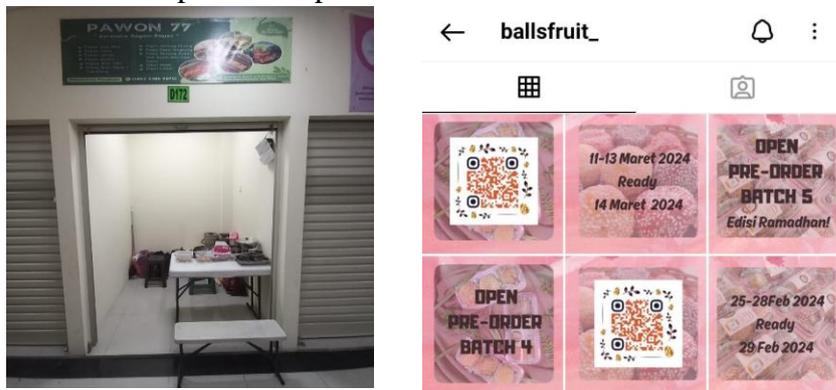


Gambar 4. *Sesame Balls Fruit* Isi 3

3. Tempat (*Place*)

Tempat pemasaran secara *online* dilakukan dimedia sosial seperti instagram, whatsapp, dan tiktok. Pemasaran secara *online* dilakukan agar konsumen dapat dengan mudah mengenal dan memesan produk. Lokasi pemasaran produk *Sesame Balls Fruit* secara *offline* akan dijual secara langsung di sekitar Sekolah Vokasi

IPB dan Pasar Anyar Bogor karena di lokasi tersebut memiliki peluang target yang besar untuk menawarkan produk *Sesame Balls Fruit*. Tempat Pemasaran Secara Offline dan *Online* dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tempat Pemasaran Secara Offline dan *Online*

4. Promosi (*Promotion*)

Strategi *digital marketing* yang dilakukan yaitu dengan memasang poster di media sosial. Media sosial yang kami gunakan yaitu instagram, whatsapp, dan tiktok. Strategi *personal selling* yang dilakukan yaitu dengan mempromosikan dan menawarkan produk secara langsung kepada calon pembeli. Strategi pengadaaan diskon yang dilakukan untuk memasarkan produk *Sesame Balls Fruit* yaitu menawarkan diskon apabila membeli 3 paket produk mendapat potongan harga Rp 2000. Poster promosi penjualan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Poster Promosi Penjualan

KESIMPULAN

Hasil kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa produk *Sesame Balls Fruit* merupakan camilan berbahan dasar tepung ketan yang dimodifikasi dengan isian buah, lalu diberi warna dengan pewarna alami menggunakan larutan bunga rosella dan ubi ungu. Selain memiliki rasa baru *Sesame Balls Fruit* juga merupakan camilan yang memiliki rasa manis dan mengenyangkan. Penggunaan buah sebagai isian *Sesame Balls Fruit* memiliki manfaat untuk mempertahankan daya tahan tubuh manusia serta

mengandung vitamin dan mineral yang bermanfaat baik untuk tubuh. Hasil dari analisis SWOT yang dilakukan, kelebihan dari usaha produk *Sesame Balls Fruit* yaitu belum ada produk yang memiliki varian serupa di pasaran, sedangkan kelemahannya yaitu sudah banyak produk saingan yang hampir serupa berupa onde-onde isi kacang hijau. Produk *Sesame Balls Fruit* akan dijual dengan harga perpaketnya Rp.10.000 per 3 pcs. Tempat pemasaran secara *online* dilakukan dimedia sosial seperti instagram, whatsapp, dan tiktok.

Lokasi pemasaran produk *Sesame Balls Fruit* secara *offline* dijual secara langsung di sekitar Sekolah Vokasi IPB dan Pasar Anyar Bogor. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu strategi *digital marketing* yang dilakukan yaitu dengan memasang poster di media sosial, strategi *personal selling* yang dilakukan yaitu dengan mempromosikan dan menawarkan produk secara langsung kepada calon pembeli, dan strategi pengadaan diskon dengan pembelian 3 paket produk mendapat potongan harga Rp 2000. Produk *Sesame Balls Fruit* memiliki potensi yang baik untuk usaha jangka panjang karena bahan baku yang digunakan mudah ditemukan serta pengolahannya yang cukup mudah. *Sesame Balls Fruit* perlu dilakukan pengembangan dan inovasi lebih lanjut untuk menghasilkan varian baru yang lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Du, H., et. all. 2015. Methylation Mediated by An Anthocyanin, O-Methyltransferase, Is Involved in Purple Flower Coloration in Paeonia. *Journal of Experimental Botany*
- Fitriyono, D., & Khuzani. (2014). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*.
- Priska, Melania dkk. 2018. Review : Antosianin dan Pemanfaatannya. *Cakra Kimia (Indonesian E-Journal of Applied Chemistry)*
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM: Studi pada Batik Diajeng Solo. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wulandari, MD. (2019). Peningkatan Minat Remaja terhadap Jajanan Tradisional Onde-onde dengan Modifikasi Isian. *Jurnal Teknologi Pangan*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.