



Seminar Nasional MOBILITAS AKADEMIK

<https://mbkmunesa.id/>

MENGEMAS POTENSI DESA MELALUI BISNIS INOVASI PRODUK KREATIF TEH POEMI BERBAHAN DASAR BUNGA KETELA SEBAGAI *HEALTHY DRINK* KHAS DESA KEMBANGBELOR

Resita Jati Wasesa^{a)}

Manajemen, FEB, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia.

^{a)}Corresponding author: resita.21142@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Desa Kembangbelor merupakan salah satu desa di Kecamatan Pacet dengan kondisi geografis dataran tinggi sehingga memiliki potensi sumber daya alam melimpah yang berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal terhadap pemberdayaan masyarakat dan pembangunan desa. Salah satu cara untuk mengoptimalkan potensi desa yaitu melalui bisnis inovasi produk kreatif yang berpeluang menciptakan ekonomi berkelanjutan. Oleh karena itu, perencanaan bisnis ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi Desa Kembangbelor yang dapat dikembangkan menjadi bisnis inovasi produk kreatif sebagai upaya meningkatkan produktifitas dan pemberdayaan masyarakat melalui pengadaan bahan baku dari petani ubi jalar. Produk kreatif Teh Poemi hadir sebagai alternatif kemudahan bagi masyarakat untuk menikmati minuman sehat dengan cita rasa dan aroma yang khas dari bunga ketela. Keunggulan yang ditonjolkan dari produk kreatif Teh Poemi sebagai *healthy drink* adalah khasiat pada kandungan bunga ketela sebagai antioksidan, antikanker, antihipertensi, antimikroba dan antiinflamasi. Proses pengeringan yang masih sederhana menggunakan sinar matahari menjadi kelemahan pada produk ini. Namun, persaingan dengan produk serupa yang masih minim menjadi peluang besar untuk perkembangan bisnis ini. Tingkat popularitas produk teh bunga ketela yang belum banyak diketahui masyarakat menjadi tantangan tersendiri. Perencanaan bisnis ini sudah ditinjau dari beberapa aspek mulai dari minat calon konsumen, analisis peluang pasar, strategi pemasaran produk dan rencana produksi dengan tetap memprioritaskan profit keuntungan yang didapatkan.

Kata Kunci: Potensi Desa, Teh Poemi, Bunga Ketela, *Healthy Drink*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah suatu negara yang terdiri dari berbagai pulau dengan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang beragam. Salah satu daerah di Indonesia yang kaya akan sumber daya alam yaitu provinsi Jawa Timur tepatnya di Desa Kembangbelor, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto dengan kondisi geografis dataran tinggi sehingga memiliki varietas tumbuhan yang beragam berupa tanaman ubi jalar, durian dan jagung. Dari identifikasi UMKM yang ada di Desa Kembangbelor secara keseluruhan memanfaatkan sumber daya alam sebagai bahan baku untuk dijadikan produk bisnis, salah satunya yaitu lahan pertanian di Desa Kembangbelor yang banyak ditanami tanaman ubi jalar. Mayoritas warga desa memiliki lahan yang ditanami ubi jalar sebagai mata pencaharian sehari-hari. Tanaman ubi jalar atau yang biasa disebut dengan ketela merupakan salah satu tanaman yang memiliki kandungan gizi yang kompleks untuk tumbuh dikarenakan hampir seluruh bagian tanaman ketela dapat dimanfaatkan sebagai makanan olahan. Menurut Zengin dkk., (2017) dalam

Inernational Journal of Food Properties memaparkan salah satu bagian dari tanaman ketela yang dapat diolah yaitu bunga nya. Berdasarkan *International Journal of Food Science* oleh Chandrasekara & Josheph Kumar (2016) menyatakan bahwa bunga ketela dapat dijadikan olahan teh organik sebagai *healthy drink* yang memiliki banyak khasiat yang bersifat antioksidan, antikanker, antihipertensi, antimikroba dan antiinflamasi. Jumlah peminat minuman teh yang cukup tinggi melatar belakagi perencanaan bisnis ini dengan mengolah bunga ketela yang awalnya tidak berguna menjadi sebuah produk kreatif berupa teh yang praktis untuk dinikmati dengan varian rasa original dan lemon yang telah diekstrak. Berdasarkan peluang pasar yang tinggi Teh Poemi diharapkan menjadi minuman pilihan yang digemari semua kalangan dengan cita rasa dan aroma yang khas sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Minuman teh organik saat ini menjadi sebuah tren baik bagi masyarakat maupun pecinta teh, oleh sebab itu teh bunga ketela merupakan inovasi produk teh terbaru yang diharapkan bisa menjadi produk khas dari Desa Kembangbelor.

Perencanaan bisnis ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi Desa Kembangbelor yang dapat dikembangkan menjadi bisnis inovasi produk kreatif Teh Poemi sebagai upaya meningkatkan produktifitas dan pemberdayaan masyarakat melalui pengadaan bahan baku dari petani ubi jalar.

Manfaat dari adanya perencanaan bisnis ini adalah :

1. Mensosialisasikan kegiatan kewirausahaan berbasis potensi lokal yaitu bisnis inovasi produk kreatif Teh Poemi sebagai *healthy drink* yang memiliki nilai jual tinggi dengan bahan utama bunga ketela.
2. Memasarkan agar produk kreatif Teh Poemi ini digemari oleh masyarakat lokal.
3. Memberikan kegiatan produktif untuk masyarakat Desa Kembangbelor melalui pengadaan bahan baku dari petani ubi jalar.
4. Melatih keterampilan berwirausaha untuk generasi muda melalui bisnis inovasi ini.
5. Memberikan pandangan terhadap generasi muda untuk bisa membuka lapangan pekerjaan sendiri.

METODE

Kegiatan produksi Teh Poemi dilaksanakan di rumah salah satu mahasiswa yang beralamatkan di Perumahan Taman Aoha RT 43/RW 09, Suko, Sukodono, Sidoarjo. Penjualan sistem PO (*Pre-Order*) dilakukan mulai tanggal 28 Oktober 2023 hingga 30 November 2023. Penjualan offline dilakukan pada hari Minggu, 12 November 2023 di lantai 3 Stand 10 V-Junction Ciputra World Mall, Suarabaya dalam kegiatan *Youth Entrepreneur Festival 2023* Prodi Manajemen Angkatan 2021, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA.

a. Kebutuhan Bahan dan Cara Memeroleh

1. Kebutuhan Bahan Baku

- Bunga ketela : Membeli pada petani ketela di Desa Kembangbelor, Kecamatan Pacet, Mojokerto sebagai *supplier* utama.
- Ekstra lemon kering : Membeli pada *supplier* melalui *marketplace*.

2. Kebutuhan Bahan Pembantu

- Kemasan *Pouch* : Membeli di *offline store supplier* kemasan daerah Surabaya.
- Kantong Plastik : Membeli pada *supplier* melalui *marketplace*.

b. Alat dan Bahan

1. Alat :

- Timbangan

- Mesin Press Plastik
 - Tempeh/Nampan Bambu
2. Bahan :
- Bunga ketela
 - Ekstrak lemon kering

c. Cara Pembuatan Teh Poemi

Proses pembuatan produk kreatif Teh Poemi berbahan dasar bunga ketela tidak berbeda jauh dengan proses pembuatan teh pada umumnya, yaitu dengan langkah-langkah berikut :

1. Membersihkan terlebih dahulu bunga ketela yang baru dipanen dengan air mengalir.



Gambar 1. Memanen Bunga Ketela

2. Mengeringkan bunga ketela yang sudah bersih dibawah sinar matahari langsung menggunakan nampan bambu berukuran besar.



Gambar 2. Proses Pengeringan Bunga Ketela

3. Menunggu bunga ketela hingga kering sempurna, kurang lebih 2 hari proses pengeringan dengan cuaca cerah.
4. Proses pengemasan dengan memasukkan bunga ketela yang sudah kering pada kemasan teh celup seberat 1.5 gram.
5. Proses penyeduhan teh dilakukan dengan merebus air hingga mendidih.
6. Siapkan gelas 150ml dan masukkan 1 kantong teh bunga ketela (pemberian gula opsional).

7. Tuangkan air yang sudah mendidih ke dalam gelas.
8. Teh Poemi siap untuk dinikmati baik kondisi hangat ataupun dingin (opsional).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Produk

Teh Poemi merupakan produk teh pertama berbahan dasar bunga ketela yang sudah dikeringkan dan memiliki kandungan yang baik untuk kesehatan tubuh. Minuman Teh Poemi telah melalui proses produksi dan seleksi ketat yang higienis hingga sampai ke tangan konsumen sebagai *healthy drink*. Memiliki cita rasa dan aroma yang khas seperti aroma ketela yang berbeda dengan rasa dan aroma dari daun teh pada umumnya. Varian rasa yang tersedia yaitu rasa original dan lemon yang telah diekstrak. *Packaging* yang digunakan tentunya bersifat praktis sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen saat dikonsumsi. Masyarakat dapat menikmati minuman ini cukup dengan menyeduhnya seperti saat menyeduh teh pada umumnya.

2. Analisis Pasar

Teh merupakan salah satu minuman favorit masyarakat Indonesia dengan jumlah konsumen tertinggi, baik dalam bentuk teh celup, teh bubuk, maupun teh kemasan. Berdasarkan Data Indonesia (2022) mencatat rata-rata masyarakat Indonesia mengonsumsi teh celup per kapita dalam seminggu sebesar 2,79 gram pada September 2021, sehingga produksi teh di Indonesia mencapai 145,1 ribu ton di tahun yang sama. Konsumsi berlebihan pada teh yang memiliki kandungan kafein tinggi juga tidak baik untuk tubuh, sehingga hal ini menjadi dilema bagi masyarakat khususnya pecinta teh dimana kurangnya inovasi-inovasi terbaru akan produk teh organik yang memberikan kesehatan pada tubuh.

Dengan demikian, mengemas potensi desa melalui bisnis inovasi produk kreatif yang pertama dan terbaru yaitu Teh Poemi yang berbahan dasar bunga ketela sebagai *healthy drink* diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat lokal. Teh Poemi hadir sebagai solusi atas masalah ketidakseimbangan konsumsi teh di masyarakat dengan segudang khasiat dan manfaat yang terkandung pada bunga ketela sehingga baik untuk dikonsumsi dari berbagai macam kalangan sosial di masyarakat.

a. Analisis STP

- Segmentasi

Segmenting (segmentasi) merupakan pengelompokan calon pelanggan ke segmen-segmen tertentu. Segmentasi dapat dilakukan berdasarkan pada empat hal berikut ini :

- Segmentasi Berdasarkan Geografi

Segmentasi Teh Poemi berdasarkan pada geografi akan berfokus pada area Sekitar Surabaya.

- Segmentasi Berdasarkan Demografi

Usia : 7 – 65 tahun

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Kelas Sosial : semua kelas sosial

- Segmentasi Berdasarkan Psikografi

Teh Poemi akan berfokus pada konsumen yang menyukai minuman teh dengan keunikan rasa dan aroma yang diberikan.

- Segmentasi Berdasarkan Perilaku

Pada segmentasi ini akan berfokus pada konsumen yang mencari keunikan dan rasa yang berbeda dengan produk minuman teh pada umumnya. Selain itu, produk ini juga berfokus pada konsumen yang menerapkan pola hidup sehat.

- *Targeting* (Target Pasar)

Targeting (target pasar) merupakan gambaran segmen yang menguntungkan untuk dilayani dengan tetap memberikan sumber daya atau kemampuan. Target pasar dari Teh Poemi ditentukan berdasarkan pada segmen-segmen yang sudah ditetapkan sebelumnya yaitu laki-laki dan perempuan dengan usia 7 hingga 65 tahun dan dapat dinikmati oleh semua kelas sosial.

- *Positioning*

Positioning (pemosisian) ini dilakukan karena segmen yang sudah dipilih diharapkan bisa diminati juga oleh para kompetitor, oleh karena itu Teh Poemi harus memiliki diferensiasi dibandingkan para kompetitornya. Teh Poemi harus berusaha untuk menanamkan merk ke konsumen atas *value* yang diberikan. *Positioning* dari Teh Poemi sendiri adalah menyediakan minuman dengan spesialisasi teh berbahan dasar bunga ketela sebagai *healthy drink* yang bisa dikonsumsi dimanapun dan kapanpun.

b. Analisis SWOT

Berikut adalah gambaran dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari perencanaan usaha yang akan dilakukan melalui diagram dibawah ini :

Tabel 1. SWOT Produk Teh Poemi

Kekuatan Produk (<i>Strenght</i>) : 1. Produk Teh Poemi berbahan dasar bunga ketela menjadi alternatif bagi masyarakat yang menerapkan pola hidup sehat agar tetap dapat mengkonsumsi teh tanpa kandungan kafein dan diganti dengan manfaat dari bunga ketela. 2. Produk teh siap saji tanpa penggunaan bahan kimia pengawet dan menggunakan bahan baku alami dari bunga ketela. 3. Produk praktis dan ekonomis dengan cita rasa baru yang unik memiliki berbagai khasiat yang baik untuk dikonsumsi.	Kelemahan Produk (<i>Weakness</i>) : 1. Proses pengelolaan produk masih menggunakan cara sederhana dengan bantuan sinar matahari. 2. Ketergantungan pada musim mempengaruhi persediaan bahan baku bunga ketela yang terbatas. 3. Belum terdaftar PIRT dan sertifikasi halal.
Peluang Produk (<i>Opportunity</i>) : 1. Masih minim pesaing dengan produk serupa menjadi peluang besar untuk perkembangan untuk pengembangan inovasi produk ini. 2. Memiliki potensi besar dengan melihat kesehatan dan hidup sehat	Ancaman Produk (<i>Threats</i>) : 1. Cakupan pasar produk teh bersaing dengan banyak merk dan varietas yang digunakan sebagai bahan baku. 2. Peraturan produk pangan yang ketat dapat mempengaruhi produksi dan distribusi.

sebagai tren masa kini yang dapat mendukung terciptanya produk teh ketela. 3. Peluang pasar cukup besar terlebih lagi masyarakat cenderung mencari produk yang praktis dan mudah diolah. Dengan adanya inovasi the bunga ketela ini juga dapat menjadi pengganti kebutuhan konsumen yang kurang suka susu dan kopi.	3. Tingkat popularitas produk teh bunga ketela masih kurang dikenal dan belum banyak diketahui masyarakat dibandingkan dengan produk teh dipasaran.
---	--

4. Rencana Pemasaran

a. Marketing Mix

- Produk

- Varian Produk
2 Rasa yaitu, rasa original dan lemon
- Desain Produk



Gambar 3. Sticker Teh Poemi



Gambar 4. Logo Teh Poemi



Gambar 5. Produk Teh Poemi

- Ukuran dan Kemasan
Teh poemi dikemas dengan kemasan *pouch* berukuran 12x20 cm yang berisi 10 kantong teh.

- b. Harga
- Menentukan Harga Pokok Produksi

Tabel 1. Rincian Biaya Tetap

Biaya Tetap	Jumlah
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 300.000
Biaya Promosi	Rp 200.000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp 10.306
Total	Rp 510.306

Tabel 2. Rincian Biaya Variabel

No	Item	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
BIAYA BAHAN BAKU					
1	Bunga Ketela	3	kg	Rp 25.000	Rp 75.000
2	Ekstrak Lemon	1000	gr	Rp 160	Rp 160.000
Biaya Bahan Baku Varian Lemon					Rp 235.000
Biaya Bahan Baku Varian Ori					Rp 75.000
BIAYA PENDUKUNG					
4	Standing Pouch	200	pcs	Rp 600	Rp 120.000
5	Kantong Teh	2000	pcs	Rp 300	Rp 600.000
6	Stiker	200	pcs	Rp 500	Rp 100.000
Total Biaya Pendukung					Rp 820.000
BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG					
7	Produksi	200		Rp 1.000	Rp 200.000
BIAYA OVERHEAD PABRIK					
8	Transportasi			Rp 200.000	Rp 200.000
9	Air			Rp 50.000	Rp 50.000
10	Listrik			Rp 50.000	Rp 50.000
Total BOP					Rp 300.000
Total Biaya Variabel					Rp 1.630.000

Tabel 3. Rincian HPP

Varian Produk	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Total	HPP
Lemon	Rp 895.000	Rp 510.306	Rp 1.405.306	Rp 7.027
Original	Rp 735.000	Rp 510.306	Rp 1.245.306	Rp 6.227

- Harga Pesaing

Tabel 4. Harga Pesaing

Produk	Kemasan	Harga
Beorganik Apple Blossom	10 gr	Rp 12.000
Beorganik Butterfly Pea	10 gr	Rp 12.000
Mamigus Apple Blossom	10 gr	Rp 17.000
Singabera Jasmine tea	21,6 gr	Rp 35.000

- Harga Jual Produk

Berdasarkan pengamatan harga pesaing maka Teh Poemi varian original dijual dengan harga Rp. 11.000 sedangkan varian lemon dijual dengan Harga Rp. 13.000.

- Potongan Harga

Produk Teh Poemi terdapat paket *bundling* yaitu pembelian 2 *pouch* Teh Poemi dengan varian rasa berbeda mendapatkan harga Rp. 22.000. Sedangkan pembelian 2 *pouch* untuk varian yang sama mendapat potongan Rp. 2.000.

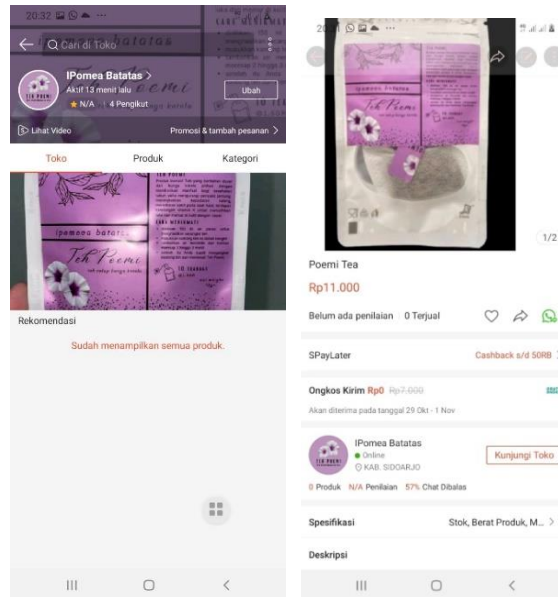
- Cara Pembayaran

Konsumen dapat membayar melalui dompet digital yaitu Dana, Gopay, ShopeePay dan OVO juga menyediakan pembayaran secara transfer antar bank.

c. Tempat dan Saluran Distribusi

- Lokasi/ Tempat Usaha

Untuk lokasi atau tempat usaha utama yang digunakan di Pusat Oleh-Oleh Desa Kembangbelor. Kami juga akan membuka online store di *marketplace* yaitu Shopee @Ipomea.Batatas dan Tokopedia.



Gambar 6. Marketplace Produk Teh Poemi

- Alasan Memilih Tempat Ini

Alasan utama memilih lokasi Pusat Oleh-Oleh Desa Kembangbelor karena melihat dari banyaknya pengunjung lintas daerah yang mencari produk khas daerah lokal atau produk unik lainnya sehingga memberikan akses lebih besar ke pelanggan potensial. Kemudahan akses kawasan wisata yang diberikan menjadikan pelanggan juga dengan mudah mencari produk ini. Di sisi lain, jarak tempat penjualan dengan lokasi bahan baku utama yang berdekatan juga menjadi alasan untuk memilih tempat tersebut. Adapun untuk sistem online melalui beberapa platform *marketplace* terpilih yang sudah terpercaya akan jaminan keamanan produk seperti Shopee dan Tokopedia bertujuan untuk menarik perhatian lebih banyak pelanggan, memudahkan pelanggan yang ingin berbelanja di luar jam kerja dan memberikan kemudahan pelanggan tanpa datang ke lokasi tetapi bisa tetap menikmati produk Teh Poemi.

- Cara Pendistribusian Produk Langsung Pelanggan/Pengecer/Grosir

Pendistribusian produk dilakukan dengan menjual langsung ke pelanggan secara offline dan online. Pendistribusian offline dilakukan melalui toko klontong, tempat oleh-oleh dan café.

- Alasan Memilih Cara Pendistribusian

Alasan utama memilih beberapa cara pendistribusian produk secara offline dan online karena dengan menjualkan melalui offline pelanggan bisa langsung bertatap muka dengan penjual dan memungkinkan untuk dapat berinteraksi lebih banyak serta penjual bisa memberikan penawaran lebih banyak pada konsumen yang ingin membeli produk Teh Poemi. Pendistribusian melalui pasar modern diharapkan mempercepat popularitas produk dan memudahkan pelanggan menemukan produk ini.

Sedangkan pendistribusian online dilakukan untuk memperluas pemasaran produk kepada konsumen potensial dan sistem online dengan bantuan melalui *marketplace* (Shopee dan Tokopedia) ini juga dapat beroperasi sepanjang waktu sehingga memudahkan dalam pendistribusian produk yang

didukung juga adanya kerjasama dengan jasa ekspedisi menjadikan pelanggan menerima produk dengan waktu yang singkat, cepat dan aman.

d. Promosi

- Jenis Promosi

Dalam melakukan promosi produk kreatif Teh Poemi menggunakan teknik *personal selling* dan digital marketing. *Personal selling* dilakukan oleh anggota penjual melalui penawaran secara langsung kepada calon konsumen dengan memberikan sampling gratis agar dapat merasakan rasa dan aroma dari produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya beli masyarakat pada produk Teh Poemi. Sedangkan digital marketing dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan Website untuk memudahkan berkomunikasi dengan calon pelanggan serta menarik perhatian masyarakat melalui konten menarik dengan memberikan informasi lebih akan pentingnya minuman teh sehat dan mudah didapatkan dengan mengonsumsi produk Teh Poemi. Pengiriman konten dengan waktu serentak melalui media sosial dengan menyebarkan pamflet digital produk Teh Poemi .



Gambar 7. Poster Produk Teh Poemi

- Biaya Promosi

Memerlukan biaya promosi seperti sampel gratis yang digunakan untuk menawarkan kepada konsumen, *paid promote* dan pengeluaran kuota internet untuk mendukung digital marketing yang dilakukan. Biaya promosi dalam sebulan direncanakan sebesar Rp 200.000 yang sudah mencakup biaya internet dan *paid promote*.

- Alasan Memilih Bauran Promosi

Karena di era digital saat ini kita diberikan kemudahan dalam melakukan promosi/pemasaran melalui media sosial yang beragam macamnya, sehingga produk dapat tersebar secara luas dan dikenal oleh banyak masyarakat.

Sedangkan pemasaran secara langsung didapatkan melalui relasi atau orang-orang disekitar.

5. Total Biaya
 - a. Biaya Langsung
 - Biaya Bahan Baku

Tabel 5. Biaya Bahan Baku

No.	Item	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Bunga ketela	4,5	kg	Rp. 25.000	Rp. 112.500
2.	Ekstra lemon kering	3000	gr	Rp. 160	Rp. 480.000
Biaya Bahan Baku Varian Lemon					Rp. 592.500
Biaya Bahan Baku Varian Original					Rp. 112.500

- Biaya Pendukung

Tabel 6. Biaya Pendukung

No.	Item	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Standing Pouch	600	pcs	Rp. 600	Rp. 360.000
2.	Kantong Teh	6000	pcs	Rp. 300	Rp. 1.800.000
3.	Stiker	600	pcs	Rp. 500	Rp. 300.000
Total					Rp. 2.460.000

- Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 7. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No.	Item	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Produksi	600		Rp. 1.000	Rp. 600.000

- b. Biaya Tidak Langsung

Tabel 8. Biaya Tidak Langsung

No.	Item	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Transportasi			Rp. 200.000	Rp. 200.000
2.	Air			Rp. 50.000	Rp. 50.000
3.	Listrik			Rp. 50.000	Rp. 50.000
Total					Rp. 300.000

c. Perencanaan Kebutuhan Peralatan

Tabel 9. Perencanaan Kebutuhan Peralatan

No.	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1.	Timbangan	3	Rp. 25.000	Rp. 75.000
2.	Mesin Press Plastik	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000
3.	Nampan Bambu	5	Rp. 32.000	Rp. 160.000
Total				Rp. 435.000

KESIMPULAN

Potensi bisnis yang dimiliki Desa Kembangbelor sangatlah melimpah mulai dari wisata alam, penginapan, sumber mata air hingga pengolahan hasil pertanian. Desa Kembangbelor memiliki tanaman unggulan yaitu tanaman ubi jalar atau ketela. Mayoritas masyarakat Desa Kembangbelor memiliki lahan ubi jalar. Pengolahan tanaman ketela di Desa Kembangbelor belum maksimal sehingga kami membuat inovasi pengolahan bunga ketela menjadi teh organik yang bermanfaat untuk. Teh organik dari bunga ketela diberi nama Teh Poemi yang diambil dari nama ilmiah ubi jalar yaitu *Ipomea Batatas*. Potensi bisnis Teh Poemi diharapkan bisa bersaing dengan produk teh pada umumnya dan diharapkan bisa menjadi produk unggulan Desa Kembangbelor. Kami juga telah mendapatkan respon positif terhadap inovasi bisnis produk kreatif Teh Poemi dari beberapa pengunjung stand dan pengunjung wisata Desa Kembangbelor. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa produk Teh Poemi bagus dilanjutkan sebagai usaha rintisan untuk adanya perkembangan lebih jauh.

REFERENSI

Chandrasekara, A., & Josheph Kumar, T. (2016). Roots and tuber crops as functional foods: A review on phytochemical constituents and their potential health benefits. *International*

- Journal of Food Science*, 2016. <https://doi.org/10.1155/2016/3631647>
- Data Indonesia. (2022). *Berapa Konsumsi Teh per Kapita Di Indonesia*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-teh-per-kapita-di-indonesia>
- Zengin, G., Locatelli, M., Stefanucci, A., Macedonio, G., Novellino, E., Mirzaie, S., Dvorácskó, S., Carradori, S., Brunetti, L., Orlando, G., Menghini, L., Ferrante, C., Recinella, L., Chiavaroli, A., Leporini, L., & Mollica, A. (2017). Chemical characterization, antioxidant properties, anti-inflammatory activity, and enzyme inhibition of *Ipomoea batatas* L. leaf extracts. *International Journal of Food Properties*, 20(2), 1907–1919. <https://doi.org/10.1080/10942912.2017.1357127>