

Pengelolaan Herbal Bunga Mawar Sebagai UMKM Lokal di Karangpring Jember

Abdillah Maulana Farhan^{1*}, Tika Febiani², Ulfie Sakha Aulasya³, Sabaquna Biliman Deka Sya'ban⁴

¹ Jurusan Biologi, FMIPA, Universitas Jember, ^{2,4} Jurusan Kimia, FMIPA, Universitas Jember, ³ Jurusan Matematika, FMIPA, Universitas Jember

*Corresponding author

E-mail: farhanmandua@gmail.com

Article History:

Received: Juli, 2024

Revised: Juli, 2024

Accepted: Juli, 2024

Abstract: Pemberdayaan ini dilakukan di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember. Desa Karangpring merupakan salah satu desa penghasil bunga mawar terbesar di jember, namun bunga mawar tersebut belum dikelola dengan baik, seperti menjadi produk UMKM herbal bunga mawar. Sehingga permasalahan dari desa tersebut adalah tidak adanya UMKM lokal yang berjalan. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan mengenai pengelolaan bunga mawar menjadi herbal yang berpotensi menjadi UMKM, selain itu kegiatan ini juga menjelaskan mengenai edukasi pemasaran secara digital. Hasil dari kegiatan ini adalah sediaan produk herbal bunga mawar dan strategi marketing secara digital, yang disampaikan di Balai desa Karangpring, dengan peserta sejumlah 40 masyarakat setempat.

Keywords:

Bunga Mawar, Pemasaran Digital, UMKM

Pendahuluan

Desa Karangpring merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Jember, desa tersebut memiliki 4 dusun yaitu Gendir, Krajan, Durjo, dan Karangpring. Desa Karangpring memiliki luas sebesar 12559, 436. Warga Desa tersebut mayoritas berprofesi sebagai petani mawar, hal ini dikarenakan desa tersebut melakukan budidaya bunga mawar. Namun, sistem pengelolaan bunga mawar tersebut masih kurang efektif dijalankan, masyarakat tersebut hanya menjual bunga mawar untuk kebutuhan upacara adat atau bunga tabur makam di Jember (Farisi dkk., 2019). Sehingga diperoleh permasalahan tidak adanya produk olahan dari bunga mawar yang dapat dijadikan sebagai UMKM lokal dan pendongkrak perekonomian Desa setempat.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) merupakan salah satu sektor industry yang sangat berkembang di Indonesia, UMKM ini dianggap salah satu solusi apabila

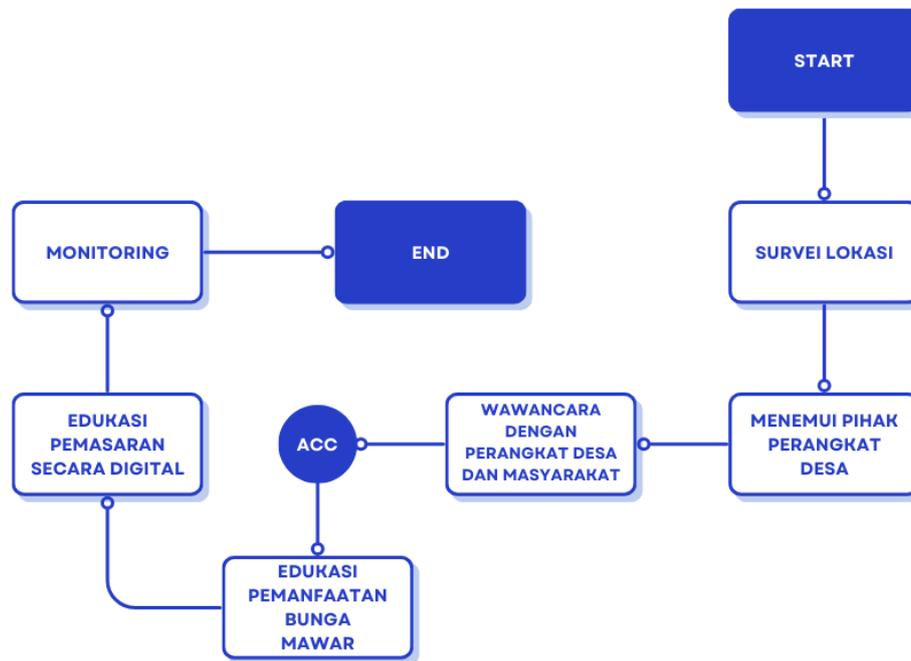
dalam keadaan krisis global, hal ini dikarenakan UMKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan daya kompetitif dan stabilisasi perekonomian (Kristiyanti dan Rahmasari, 2015). Salah satu komponen terpenting dalam menjalankan UMKM adalah strategi pemasaran atau marketing, pemasaran merupakan kegiatan interaksi sosial secara manajerial guna menciptakan suatu keuntungan antara produsen dan konsumen (Rojabi dkk., 2024). Permasalahan yang terdapat di Desa Karangpring adalah kurangnya pengembangan UMKM setempat, walaupun Desa Karangpring adalah sentral penghasil bunga mawar di Jember.

Bunga mawar merupakan salah satu tanaman hias yang dibudidayakan di Desa Karangpring. Bunga mawar menjadi komoditas utama di Karangpring yang menjadi andalan di Kabupaten Jember (Farisi dkk., 2019). Secara Fitokimia, kandungan bunga mawar sangat bermanfaat bagi manusia. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa bunga mawar memiliki fitokimia yang bersifat sebagai antioksidan (Choiriyah, 2020). Antioksidan tersebut sangat berguna bagi tubuh manusia karena dapat menangkal radikal bebas penyebab terjadinya kanker (Burhan dkk., 2019). Sehingga, bunga mawar dapat dijadikan sebuah herbal alami yang berpotensi sebagai obat bahan alam.

Tujuan dari pemberdayaan ini adalah untuk memberikan edukasi dan pelatihan mengenai produk olahan bunga mawar, agar dapat menjadi pionir terbentuknya UMKM lokal setempat. Terbentuknya komoditas UMKM dari produk bunga mawar akan membantu perekonomian masyarakat setempat, sehingga angka kemiskinan dari desa tersebut dapat diperbaiki. Dibutuhkan suatu produk dari bunga mawar untuk menciptakan produk UMKM yang dapat dikembangkan lebih lanjut, serta dibutuhkan cara pemasaran dengan memanfaatkan social media agar produk tersebut dapat menjangkau ke berbagai daerah.

Metode

Program pemberdayaan ini dilakukan pada tanggal 17-18 Juli 2023, lokasi kegiatan tersebut di Balai Desa Karangpring, Kabupaten Jember. Program tersebut dihadiri oleh kalangan ibu rumah tangga, petani mawar, hingga kalangan milenial. Guna merealisasikan program tersebut dilakukan kerja sama dengan perangkat desa, PSDM desa, karang taruna, kader PKK, BUMDES, dan beberapa pihak lainnya. Adapun tahapan dari program ini sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Program

A. Survei Lokasi

Survei Lokasi dilakukan pada bulan April-Juni, survey lokasi dilakukan untuk bertujuan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat setempat. Survei tersebut dilakukan secara berkelompok pada setiap dusun yang ada di Desa Karangpring, hasil dari survei tersebut dilangsungkan *Forum Group Discussion* guna mengidentifikasi dan menyimpulkan permasalahan setempat. Tahapan ini juga dilakukan pengajuan permohonan izin program kepada pihak perangkat desa, hal ini bertujuan untuk mendapatkan dukungan serta kerja sama dari beberapa pihak.

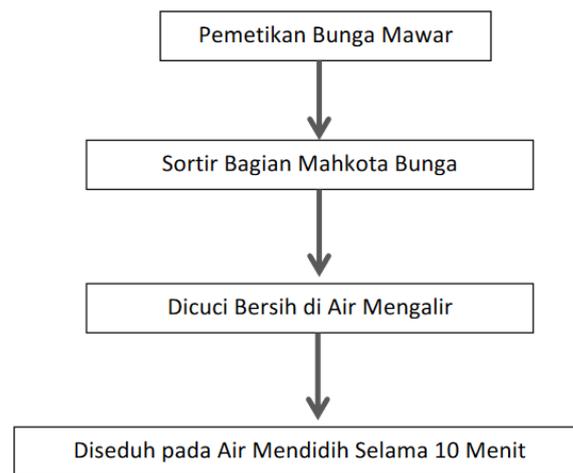
B. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi teraktual mengenai permasalahan utama yang ada di Desa Karangpring. Wawancara pertama dilakukan terhadap perangkat desa, wawancara tersebut terfokus pada kondisi masyarakat sekitar seperti profesi, potensi desa, hingga pengajuan program. Sedangkan wawancara kedua dilakukan terhadap petani mawar yang ada di Desa Karangpring, wawancara tersebut tentunya terfokus pada pengelolaan bunga mawar, pemasaran bunga mawar, hingga olahan dari bunga mawar.

C. Edukasi Pemanfaatan Bunga Mawar

Edukasi pemanfaatan bunga mawar dilakukan pada tanggal 17 Juli 2023 di Balai Desa Karangpring Kabupaten Jember. Program ini terfokus pada penjelasan manfaat bunga mawar secara teoritis, selain menjelaskan tentang manfaat bunga

mawar, edukasi tersebut juga menjelaskan terkait dengan pemanfaatan bunga mawar sebagai produk olahan herbal yang berpotensi sebagai kesehatan dan UMKM lokal setempat. Edukasi tersebut diberikan bertujuan untuk memberikan informasi terkait manfaat dari kandungan bunga mawar dan pembuatan produk herbal bunga mawar. Target dari edukasi tersebut adalah ibu rumah tangga, petani mawar, ibu PKK, dan kaum milenial. Prosedur pembuatan dari herbal bunga mawar diawali dengan reparasi sampel mawar bagian mahkota bunga (petal), dan dilakukan penyeduhan dalam air yang mendidih. Berikut merupakan langkah kerja pembuatan herbal bunga mawar secara tradisional.



Gambar 2. Prosedur Pembuatan Herbal Bunga Mawar

D. Edukasi Strategi Pemasaran Produk Bunga Mawar

Edukasi pemasaran produk bunga mawar dilakukan pada tanggal 18 Juli 2023 di Balai Desa Karangpring Kabupaten Jember. Berbeda dengan hari pertama, hari kedua terfokus pada pembuatan herbal bunga mawar, pengemasan herbal bunga mawar, hingga pemasaran produk bunga mawar. Edukasi tersebut bertujuan untuk memberikan suatu informasi dan gambaran terkait dengan potensi herbal bunga mawar sebagai UMKM lokal setempat. Selain edukasi tersebut, program ini juga dilakukan edukasi terkait dengan penguatan kualitas produk 10 tahun ke depan, seperti sertifikasi halal dan BPOM. Target dari edukasi tersebut adalah ibu rumah tangga, petani mawar, ibu PKK, dan kaum milenial.

Hasil

Hasil program ini adalah berupa sediaan herbal bunga mawar yang dibuat dari bunga mawar hasil panen masyarakat setempat. Berikut merupakan contoh produk

herbal bunga mawar.



Gambar 3. Herbal Bunga Mawar

Herbal bunga mawar yang sudah dihasilkan, memiliki keunggulan tersendiri, selain menjadi solusi pengelolaan bunga mawar yang terdapat di Desa Karangpring, herbal bunga mawar memiliki khasiat bagi kesehatan. Herbal bunga mawar memiliki kandungan senyawa bioaktif yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Berikut merupakan kandungan dari bunga mawar

Tabel 1. Kandungan Bunga Mawar (Imran, 2023)

No.	Bagian Bunga Mawar	Kandungan	Manfaat
1.	Bunga mawar keseluruhan	Tanin, geraniol, nerol, terpen, flavonoid, farsenol, eugenol, vitamin B, C, E, dan K	Antioksidan dan Antibakteri
2.	Mahkota Bunga (Petal)	Antosianin (Glikosida pelargonidin 18%, glikosida malvidin 32%, glikosida sianidin 47%) dan Vitamin C	Antioksidan
3.	Kelopak Bunga (Sepal)	Sitronelol dan tanin	Antiseptik dan antifungi

Diskusi

A. Edukasi Pemanfaatan Bunga Mawar

Pembuatan produk herbal bunga mawar tersebut dilakukan dihari pertama, materi yang diberikan adalah mengenai langkah pembuatan, khasiat herbal, dan peluang menjadi UMKM setempat. Kegiatan tersebut diawali dengan sambutan dan pembukaan oleh kepala desa Karangpring Kabupaten Jember, kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari pihak penulis dan dilanjutkan dengan pemberian materi atau

edukasi. Penyampaian materi dilakukan oleh Dosen biologi FMIPA Universitas Jember dan beberapa pemateri dari kalangan milenial. Antusiasme dari masyarakat setempat yang cukup tinggi, membuat program tersebut dihadiri oleh 40 orang. Berikut merupakan dokumentasi dari kegiatan edukasi pemanfaatan Bunga mawar.



Gambar 4. (a) Penyampaian Materi. (b) Peserta Edukasi Herbal Bunga Mawar

Edukasi tentang bunga mawar mendapatkan respon positif dari masyarakat setempat, harapan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pandangan terkait pengelolaan bunga mawar menjadi suatu produk yang berpotensi sebagai UMKM. Kegiatan tersebut berlanjut pada hari ke-2 yaitu terfokus pada strategi pemasaran herbal bunga mawar.

B. Strategi Pemasaran Herbal Bunga Mawar

Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen terpenting dalam pembentukan UMKM, salah satu strategi pemasaran yang dapat dijadikan solusi adalah pemasaran secara digital memanfaatkan sosial media (Rojabi dkk., 2024). Pada pertemuan yang dilaksanakan tanggal 18 Juli terfokus pada strategi pemasaran secara digital yang disampaikan oleh penulis. Kegiatan tersebut dihadiri oleh peserta yang sudah mengikuti kegiatan di tanggal 17 Juli, kegiatan tersebut dilakukan praktik mengenai pemasaran *online* melalui metode *Experiment-based learning*. Kegiatan tersebut dihadiri oleh 40 masyarakat setempat dan dihadiri oleh beberapa pihak mitra seperti BUMDES, PKK, dan PSDM perangkat desa. Antusiasme dari masyarakat setempat juga mendapatkan apresiasi dari penulis berupa awarding yang bekerja sama dengan pihak *sponsorship*. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan tersebut.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 5. (a) Kedatangan Peserta. (b) Pembukaan materi Strategi Pemasaran. (c) Peserta Pelatihan. (d) Apresiasi Peserta Teraktif

Kegiatan tersebut diawali dengan pembukaan oleh kepala desa yang diwakili oleh perangkat desa lainnya. Kemudian dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai strategi pemasaran, pemberian materi tersebut digunakan metode *Experiment-based learning*, metode tersebut adalah peragaan secara langsung oleh pemateri mengenai cara atau merealisasikan suatu strategi. Namun, kendala dari penyampaian materi tersebut adalah materi disampaikan hanya menggunakan salah satu platform *online shop* saja, hal tersebut dikarenakan di wilayah Karangpring lebih familiar dengan 1 *online shop*. Kendala tersebut dapat diatasi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme masyarakat sekitar yang tidak berkurang. Penyampaian materi juga dilaksanakan secara informal, hal ini bertujuan untuk peserta lebih interaktif terhadap materi yang disampaikan.

Pemberian materi mengenai pemasaran tidak hanya terfokus pada platform *online shop*, tetapi juga fokus pada pengemasan. Pengemasan juga menjadi sentral dari materi yang diberikan. Banyak masyarakat atau peserta yang kurang mengetahui pentingnya akan kemasan yang sangat menarik. Menurut Smith dan Taylor tertuang

dalam buku yang ditulis oleh Rasa dkk., (2023) suatu kemasan yang menarik harus memenuhi beberapa elemen, yaitu bentuk (*form*), ukuran (*size*), warna (*colour*), grafis (*graphic*), material, dan rasa (*flavour*). Oleh karena itu, materi yang disampaikan penulis juga dilakukan praktik membuat desain kemasan untuk membranding produk herbal bunga mawar. Berikut merupakan desain brand pada herbal bunga mawar.



Gambar 6. Desain Brand Herbal Bunga Mawar

Terkait dengan kemasan memiliki beberapa indikator yang harus dipenuhi, menurut indikator tersebut meliputi, bahan, logo, warna, dan ukuran. Bahan merupakan suatu komponen paling penting untuk memenuhi indikator kemasan, herbal bunga mawar yang berupa cairan tentunya lebih cocok menggunakan kemasan botol daripada kemasan lain. Logo merupakan suatu lambang dari perusahaan atau dari pihak produksi, logo menjadi suatu hal yang sangat penting mengingat logo berfungsi sebagai wajah dari suatu produksi. Warna menjadi daya tarik bagi konsumen dalam suatu produk apapun, termasuk herbal bunga mawar. Warna merupakan suatu komponen yang akan dilihat pertama kali oleh konsumen, hal ini dikarenakan berhubungan suatu selera warna dari para konsumen (Rasa dkk., 2023).

Kegiatan yang sudah dilakukan mengenai strategi pemasaran kemudian dilakukan closing statement dari perangkat desa. Perangkat desa menyampaikan apresiasi mengenai kegiatan yang sudah dilakukan. Monitoring tentunya akan dilakukan bertujuan untuk melihat perkembangan dari masyarakat Karangpring dalam mengimplementasikan materi yang sudah diberikan. Evaluasi dari kegiatan tersebut tentunya akan didiskusikan dan akan dilakukan pengkajian lebih lanjut. Dari kegiatan tersebut akhirnya terjalin suatu kerjasama secara berkelanjutan untuk

membangun desa yang lebih unggul dan mandiri.



Gambar 7. Closing Statement dan Penghargaan

Kesimpulan

Kesimpulan dari pemberdayaan yang dilakukan adalah Desa Karangpring masih belum efektif dalam mengelola bunga mawar menjadi UMKM setempat, sehingga pemberdayaan ini mencontohkan herbal bunga mawar sebagai UMKM ke depan. Guna mendukung herbal bunga mawar juga dilakukan penyampaian strategi pemasaran secara digital melalui *online shop*, yang didukung dengan kemasan herbal yang memenuhi beberapa indikator.

Pengakuan/Acknowledgements

Program pemberdayaan ini tidak dapat terealisasi jika tidak mendapatkan dukungan dari perangkat Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada BEM FMIPA Kabinet CAKRABHIPRAYA periode 2023 yang telah mendukung sepenuhnya kegiatan ini, serta beberapa pihak sponsorship yang sudah mempercayakan kegiatan ini.

Daftar Referensi

- Burhan, A., Aisyah, A. N., Awaluddin, A., Zulham, Z., Taebe, B., & Gafur, A. (2019). Uji Aktivitas Antioksidan Dan Antikanker Ekstrak Batang Murbei (*Morus Alba L.*) Terhadap Sel Kanker Widr Secara in Vitro. *Kartika: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 7(1), 17-21.
- Choiriyah, N. A. (2020). Kandungan antioksidan pada berbagai bunga edible di Indonesia. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 136-143.
- Farisi, O. A., Handoyo, T., Wulanjari, D., & Patricia, S. B. (2019). Introduski Mawar

Potong Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Mawar Di Desa Karangpring Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. *Prosiding*.

Imran, A. (2023). Literature Review: Potensi Tanaman Mawar Merah (*Rosa damascena*) Beserta Kandungan Senyawa di Dalamnya. *Biocaster: Jurnal Kajian Biologi*, 3(3), 122-132.

Kristiyanti, M., & Rahmasari, L. (2015). Website sebagai media pemasaran produk-produk unggulan umkm di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 186-196.

Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Scopindo Media Pustaka.

Rojabi, A. R., Gofar, A. A., Septian, W. I., Efendi, M. M. I., Savina, R., & Karimah, I. N. (2024). Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Kopi dan Kualitas Pendidikan di Dusun Durjo, Desa Karangpring, Jember. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 237-244.