

PELATIHAN DIGITAL MARKETING STRATEGY UNTUK MENCAPAI KEMANDIRIAN MASYARAKAT

Ayu Maulinda Widiawati*¹, Anggi Aprilia Pratiwi, Galang Bimandra²

¹Program Studi Pendidikan Matematika, ²Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Malang
Jalan Raya Tlogomas 246 Malang, telp. 0341460435

*E-mail: ayumaulinda71@gmail.com

Abstract

In Gunungsari Village, there is an awful lot of unemployed who need jobs to fulfill the cost of daily living. Unemployment was dominated by teenagers graduate from SMP and SMA with limited skill. The potential things that can be found in the village of Gunungsari, that was the number of Roses has been wasted when the harvest due to no consumer that takes it. This can be used as a source of potential income for unemployment by means of producing the rose water drink. Training to utilize the rose as a drink has been done to increase the skill of unemployment. To market products that have been produced, given the devotion with partners of training Digital Marketing Strategy (DMS). The results of training namely creation of perpetrators of rose water beverage production partners who divided his responsibilities to become producers, marketing, accounting and finance. The partners also had 4 accounts online shop as a result of the training of DMS. The partners also had a draft financial bookkeeping production. Training of DMS, through the manufacture of drinks rose water was able to add skill partners i.e. skill production, computing, and marketing. In addition, partners are able to follow the development of the technology through the operation of the online shop. The partners have also been able to obtain income from the proceeds of the production that resulted in a partner referred to as society.

Keywords—Digital Marketing Strategy, Independence Society, The Rose Water Drink

Abstrak

Di Desa Gunungsari terdapat banyak sekali pengangguran yang membutuhkan lapangan pekerjaan untuk mencukupi biaya hidup sehari-hari. Pengangguran didominasi oleh remaja lulusan SMP dan SMA dengan skill yang terbatas. Potensi yang dapat terdapat di Desa Gunungsari yaitu banyaknya bunga mawar yang terbuang saat panen akibat tidak adanya konsumen atau tengkulak yang mengambil. Potensi tersebut dapat dijadikan sumber penghasilan bagi pengangguran dengan cara memanfaatkannya menjadi minuman air mawar. Kegiatan pelatihan pemanfaatan bunga mawar sebagai minuman dengan ekstrak bunga mawar dilakukan untuk menambah skill pengangguran. Untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan, mitra pengabdian dibekali pula dengan pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS). Hasil pelatihan yaitu terciptanya pelaku produksi minuman air mawar dari mitra yang terbagi tanggung jawabnya menjadi produsen, marketing, dan pembukuan keuangan. Mitra juga mempunyai 3 akun online shop sebagai hasil pelatihan DMS. Mitra juga telah mempunyai draft pembukuan keuangan produksi. Pelatihan DMS, melalui pembuatan minuman air mawar mampu menambah skill mitra yaitu skill produksi, komputasi, dan pemasaran. Selain itu, mitra mampu mengikuti perkembangan teknologi melalui pengoperasian online shop. Mitra juga telah mampu mendapatkan penghasilan dari hasil produksi yang mengakibatkan mitra disebut sebagai masyarakat yang mandiri.

Kata kunci—Digital Marketing Strategy, Kemandirian Masyarakat, Minuman Air Mawar

1. PENDAHULUAN

Latar belakang pada program ini yaitu Kota Batu merupakan salah satu kota yang berada di Propinsi Jawa Timur dan merupakan pemekaran dari Kabupaten Malang. Sebagai kota yang berada

di kawasan kaki gunung aktif seperti Bromo, Tengger, dan Semeru, Kota Batu memiliki tanah yang subur dan sesuai untuk kegiatan budidaya pertanian. Kota Batu terletak di dataran tinggi sehingga memiliki suhu udara yang rendah dan kelembaban yang tinggi. Kondisi iklim seperti itu sangat sesuai untuk pengembangan pertanian khususnya hortikultura antara lain apel, bunga dan sayur-sayuran. Berdasarkan wawancara dengan staf di Badan Pusat Statistik Kota Batu tahun 2016, penghasilan terbanyak di Kota Batu adalah apel (± 777.336 kuintal) dan bunga mawar ($\pm 95.698.371$ juta potong).

Identitas mitra beralamat di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu banyak hamparan perkebunan bunga mawar. Desa ini memang terkenal sebagai pusat penghasil bunga mawar yang telah lama memasok kebutuhan pasar bunga nasional. Data kuantitatif Daerah Dusun Kapru, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu melalui website resmi desa, diketahui bahwa desa ini terletak diantara 1220 17' sampai dengan 1220 57' BT dan 70 44' sampai dengan 80 26' LS yang mana daerah ini merupakan wilayah dengan penghasilan mawar terbesar di Kota Batu. Luas desa ini mencapai 318,833 ha ($4,106 \text{ km}^2$)². Menurut data profil pemerintah desa, Desa Gunungsari 45% dari luas tersebut merupakan perkebunan mawar. Selama ini bunga mawar banyak digunakan saat event tertentu seperti Hari Valentine, pernikahan, wisuda, dan acara resmi lainnya. Namun, apabila tidak ada event khusus, bunga mawar banyak dibuang terlebih jika kelopak bunga mawar terlalu mekar.

Potensi wilayah bergantung pada bunga mawar yang banyak dibudidayakan secara komersial dan terencana. Berdasarkan kegunaannya mawar dikelompokkan kedalam bunga potong, mawar tanam, mawar tabur dan mawar bahan kosmetik [1]. Tanaman mawar dapat diperbanyak dengan cara stek, cangkok, okulasi dan penyambungan (Dewi, 2016). Namun pada umumnya perbanyak mawar dilakukan dengan cara penyambungan. Mawar merupakan tanaman tahunan yang merupakan struktur batang berkayu keras, berduri, bercabang banyak, dan menghasilkan bunga [3]. Lahan yang berukuran 1 m² membutuhkan 10 batang bibit mawar. Secara fisik, lahan yang ditanami bunga mawar cukup luas tetapi selama ini bunga mawar hanya dijual sebagai bunga potong. Bunga potong tersebut dikirim ke berbagai kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bali melalui Golongan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Desa Gunungsari dengan biaya kirim sekitar Rp. 3.000,- per kg, jika dikirim melalui jasa kurir biaya kirim menjadi mahal sekitar Rp. 21.000,- per kg. Adapun keadaan dimana bunga potong tidak mempunyai pasar bunga tersebut dibiarkan tidak dipotong hingga mekar lalu akhirnya dibuang atau dibakar.

Bunga mawar sendiri memiliki kandungan komponen terbanyak dalam mahkota bunga mawar antara lain, air (83-85%), vitamin B-karoten, *Cyanins (Antosianin)*, total gula 8-12%, minyak atsiri sekitar 0,01-1,00% [4]. Pigmen antosianin bunga mawar merah mempunyai sifat sinergis dengan asam sitrat, yang terbukti berfungsi sebagai antioksidan [5]. Dengan banyaknya kandungan yang terdapat di dalam bunga mawar, maka bunga mawar dapat dijadikan sebagai bahan baku obat, antara lain sebagai aromaterapi, pelancar haid, menyembuhkan infeksi, menyembuhkan sekresi empedu, menurunkan panas badan, antiseptik, menghilangkan keputihan, menambah daya tahan tubuh, serta mengobati gigitan serangga berbisa [6], [7].

Permasalahan Dusun Kapru terkait dengan kondisi masyarakat Dusun Kapru, Desa Gunungsari yang sangat memprihatinkan, dimana kalangan remaja banyak yang menganggur. Mayoritas remaja tersebut lulusan SMP dan SMA/SMK/MA dengan skill yang terbatas. Kondisi ekonomi masyarakat yaitu mayoritas pekerjaan di Desa Gunungsari adalah petani mawar dan petani sayur. Menurut data pemerintahan Desa Gunungsari, penduduk Desa Gunungsari ditinjau dari segi pendidikannya mayoritas merupakan lulusan dari sekolah dasar atau sederajat dan sebagian lainnya lulusan dari SMA. Kebanyakan lulusan SMA tidak mempunyai skill khusus sehingga menyebabkan mayoritas lulusan SMP menganggur. Oleh karena itu, perlu diadakan pelatihan terhadap remaja pengangguran di Dusun Kapru, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu untuk membuat minuman sari mawar.

Level urgensi program pengabdian ini yaitu bagaimana upaya mengurangi pengangguran remaja di Dusun Kapru, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Hal ini diharapkan untuk memberikan pelatihan pembuatan minuman sari mawar bagi remaja pengangguran di Dusun Kapru, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

Mitra dalam hal ini remaja di Desa Gunungsari mempunyai smartphone yang biasa digunakan untuk mengakses konten Youtube, Sosial Media, atau berkomunikasi menggunakan telepon. Jaringan internet di Desa Gunungsari sangat bagus dan memiliki kecepatan yang cukup

tinggi. Namun sayangnya, mitra tidak memanfaatkan potensi jaringan internet dengan baik. Mitra hanya memanfaatkan smartphone untuk berkomunikasi satu sama lain. Ketika diwawancarai tentang online shop, mitra menjawab tidak mengetahui adanya aplikasi jual beli secara online. Namun, mitra memahami adanya jasa pengiriman melalui ekspedisi.

Jual-beli yang dilakukan secara online merupakan salah satu bentuk integrasi teknologi dalam kehidupan ekonomi manusia. Pembeli dan Penjual tidak harus melakukan transaksi di dunia nyata melainkan melalui komunikasi virtual dan sistem pembayaran dengan transfer. Pengguna e-commerce (jual beli online) meningkat pada Tahun 2018 dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 92 juta [8]. Salah satu hal yang erat kaitannya dengan e-commerce adalah *Digital Marketing Strategy* (DMS). DMS merupakan suatu tahapan marketing yang memuat tahapan pemasaran dengan memanfaatkan berbagai media berbasis website [9]. Strategi pemasaran digital dapat memuat unsur-unsur kemudahan dalam pencarian produk yang diinginkan, tersedianya promo produk tertentu, adanya skill untuk mengidentifikasi pembeli dan bagaimana membuat pembeli tertarik terhadap produk yang ditawarkan, adanya kelengkapan informasi tentang produk, kemudahan dalam mengenal dan menghafal merk dagang, adanya sarana komunikasi secara pribadi, adanya bantuan layanan kepada konsumen, ilustrasi produk berupa foto, dan garansi pengembalian barang [9]. DMS dapat dilakukan dengan mudah dan praktis hanya dengan memanfaatkan smartphone. Aplikasi berbasis Android dapat secara mudah diakses oleh pengguna untuk memasarkan produk secara online. Aplikasi Android juga menyediakan e-commerce yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Contoh e-commerce di Indonesia diantaranya Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak [10]. Layanan e-commerce ini dapat dibantu dengan adanya sosial media sebagai alat bantu komunikasi antara penjual maupun pembeli.

Program pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan pelatihan DMS dengan pemanfaatan sosial media yaitu pemasaran produk berupa kerudung “Al-Kattar” [11]. Pelatihan ini menekankan pada penggunaan sosial media yaitu Instagram dan Facebook sebagai alat bantu pemasaran produk. Hasil kegiatan ini yaitu respon positif dari mitra pelatihan karena adanya kemudahan penggunaan sosial media dan meningkatkan penjualan produk dalam waktu satu bulan. Kendala yang dihadapi selama pelatihan yaitu minimnya anggota mitra yang berusia muda sehingga cenderung belum mampu mengelola sosial media dengan baik. Berbeda dengan mitra yang berusia muda, penerimaan pelatihan pengelolaan sosial media sebagai media pemasaran produk sangat berjalan lancar.

DMS juga telah dimanfaatkan oleh UMKM dengan memanfaatkan sosial media marketing yaitu Facebook, BBM, Whatsapp, dan Instagram (Aditya, 2017). Hasil pendampingan yang dilakukan yaitu adanya peningkatan penjualan produk, bertambahnya konsumen, semakin luasnya daerah promosi, dan minimnya anggaran dana untuk promosi produk. Kendala yang dialami selama proses pendampingan masyarakat yang menerapkan strategi pemasaran secara digital yaitu diperlukannya waktu untuk membuat mitra paham terhadap penggunaan sosial media, belum terbiasanya mitra dengan teknologi melalui sosial media maupun sistem transaksi online menggunakan m-banking, dan ketidaksabaran mitra untuk menganalisis hasil penjualan produk.

2. METODE

2.1 Strategi dan Rencana

2.2.1 Strategi

Strategi yang disusun untuk pelaksanaan pelatihan terdiri dari lima bagian yaitu persiapan dan perijinan, penyusunan instrument, *action*, uji coba, dan evaluasi. Adapun rincian dari kelima kegiatan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1 Kegiatan Pelatihan DMS di Desa Gunungsari

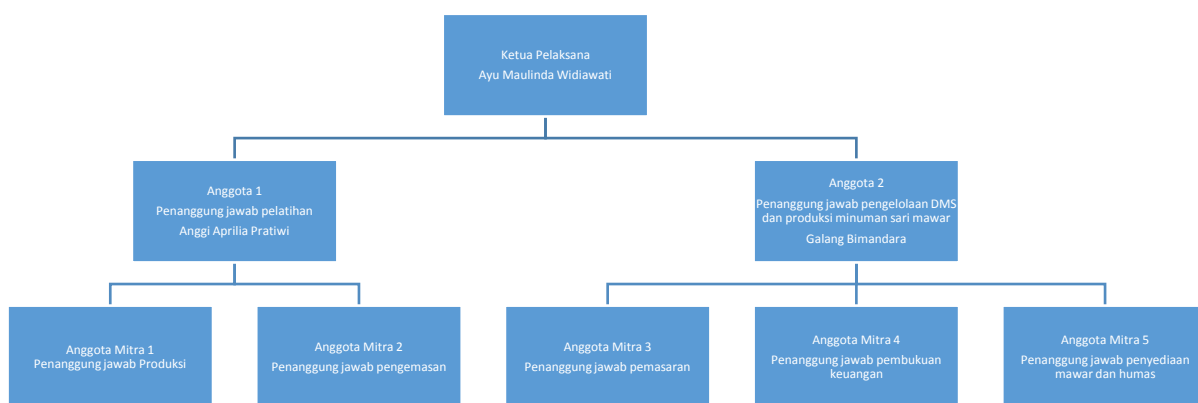
No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Sasaran yang terlibat
1	Persiapan dan Perijinan	1. Pembuatan surat izin kepada Kepala Desa	1. Tim Pelaksana 2. Tim Pelaksana

No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Sasaran yang terlibat
		2. Studi literatur tentang DMS dan ekstraksi bunga mawar 3. Perijinan kepada tempat pelatihan 4. Perijinan kepada Kepala Desa 5. Pemesanan alat dan bahan pembuatan minuman sari mawar 6. Desain logo kemasan 7. Desain dan pemesanan kemasan dan boks kemasan 8. Perijinan dan kerja sama dengan petani mawar 9. Pembuatan akun e-commerce 10. Pendataan peserta pelatihan 11. Peminjaman alat dokumentasi	3. Pemilik rumah 4. Kepala Desa 5. Toko/retail bahan kimia 6. Digital Printing 7. Desainer kemasan 8. Petani mawar 9. Tim pelaksana 10. Mitra (pengangguran) 11. Persewaan Kamera
2	Penyusunan instrumen	1. Penyusunan pedoman ekstraksi sari mawar (power point) 2. Penyusunan pedoman pembuatan minuman sari mawar (power point) 3. Penyusunan pedoman pengemasan minuman (power point) 4. Lembar observasi uji coba produk 5. Lembar observasi kegiatan 6. Draft pembukuan produksi minuman sari mawar	
3	Action	Dalam <i>action</i> terdapat 4 bagian kegiatan yaitu : 1. Sosialisasi, pelaksanaan sosialisasi dilakukan pada minggu ke-2. Pada minggu ke-2 ini kegiatan yang dilakukan adalah penyampaian materi kepada peserta. 2. 4P (<i>Product, Price, Promotion, and Place</i>), dalam kegiatan ini dilakukan bagaimana pembuatan produk sari mawar (<i>Product</i>), penentuan harga jual produk (<i>Price</i>), promosi produk (<i>Product</i>), dan penentuan tempat untuk pemasaran produk (<i>Place</i>). 4P dilaksanakan pada minggu ke-3 sampai minggu ke-9. 3. DMS (<i>Digital Marketing Strategy</i>) adalah kegiatan dimana Tim PKM membimbing peserta bagaimana cara memasarkan produk dengan tepat. DMS dilaksanakan pada minggu ke-10. 4. Kaderisasi yaitu pembentukan struktur pengurus usaha, dilaksanakan pada minggu ke-11. Dalam rencana kaderisasi terdapat kepala produksi, sekretaris, bendahara, kabid produksi, kabid	Mitra

No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Sasaran yang terlibat
		pemasaran, kabid keuangan dan karyawan.	
4	Uji coba	Dalam kegiatan uji coba ada 2 uji coba yang dilakukan yaitu uji lab dan uji pasar, dilaksanakan pada minggu ke-12 dan minggu ke-13.	Masyarakat
5	Evaluasi	Evaluasi berkenaan dengan controlling keberlanjutan usaha dilaksanakan pada minggu ke-14 sampai minggu ke-16. Keberlanjutan usaha berkenaan dengan perijinan usaha, mencari investor, bagaimana produksi dalam skala besar kemudian survey pasar.	Tim Pelaksana

2.2 Susunan Organisasi Tim Pelaksana

Pelaksana kegiatan pelatihan yaitu tim PKM dan mitra masyarakat. Adapun susunan organisasinya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Diagram Susunan Organisasi Tim Pelaksana

2.3 Rencana Jadwal Kegiatan Program

Rencana pelaksanaan keseluruhan kegiatan pelatihan, uji coba dan evaluasi yaitu selama empat bulan. Adapun alokasi waktu untuk kelima kegiatan (persiapan dan perijinan, penyusunan instrument, *action*, uji coba, dan evaluasi) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jadwal Kegiatan Pelatihan DMS

No.	Kegiatan	Waktu															
		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan																
2.	Perijinan																
3.	Penyusunan materi penyuluhan dan pelatihan																
4.	Sosialisasi																
5.	Kaderisasi																
6.	Penyampaian materi 4P																

No.	Kegiatan	Waktu															
		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
7.	Simulasi pembuatan produk																
8.	Simulasi pengemasan produk																
9	Penyampaian strategi promosi																
10	Penyampaian DMS dan simulasi pemasaran menggunakan online shop																
11	Simulasi pembukuan keuangan																
12	Ujicoba pasar																
13	Evaluasi																

2.4 Anggaran Biaya

Deskripsi penggunaan biaya program ini dapat dilihat pada tabel berikut:

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Perlengkapan yang diperlukan	3.919.000,00
2.	Bahan Habis Pakai	1.850.000,00
3.	Perjalanan	3.094.000,00
4.	Lain-lain	3.520.000,00
	Total	12.383.000,00

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan secara keseluruhan berjalan dengan lancar. Tim pelaksana mendapat sedikit hambatan pada kegiatan persiapan. Hambatan tersebut antara lain: *Pertama*, tidak tersedianya mawar organik sehingga dimungkinkan masih adanya pestisida. Pembuatan sari mawar atau ekstraksi dari tanaman harus dipastikan bebas pestisida untuk mengantisipasi timbulnya efek samping dari konsumsi makanan atau minuman. Mawar organik selama ini ditanam dan diolah menjadi minuman di wilayah Kabupaten Nganjuk dan Kabupaten Pasuruan. Tim pelaksana mengalami kendala dalam hal transportasi dan contact person petani mawar dikarenakan pad adaerah tersebut petani masih gagap teknologi. Tim pelaksana kemudian mendatangi satu per satu petani Bunga mawar di Desa Gunungsari. Hasil observasi dan wawancara dengan petani menunjukkan bahwa mawar dapat bebas pestisida apabila dipanen tepat satu minggu sebelum mahkota mawar mekar 90%. Petani mawar menjelaskan penyemprotan pestisida untuk menjaga mahkota bunga mawar agar tidak rontok setelah dipanen. Penyemprotan hanya dilakukan di bagian mahkota bunga saja, tidak pada keseluruhan batang dan tanaman bunga mawar. Hal ini merupakan langkah yang tepat untuk mengatasi kendala terbatasnya ketersediaan mawar organik.

Kedua, tim pelaksana menguji coba mengekstraksi bunga mawar dengan berbagai cara. Awalnya, mahkota bunga dihancurkan dengan air menggunakan blender kemudian disaring. Setelah disaring, air sari mawar tersebut direbus hingga mencapai 90⁰ C dan warna air mawarnya berubah menjadi cokelat pekat dan tidka menarik. Percobaan kedua yaitu pembuatan ekstraksi bunga mawar

dengan cara merebus langsung mahkota bunga dengan air sampai mendidih. Hasil percobaan kedua ini diperoleh warna yang menyerupai teh dan bening. Berdasar kedua percobaan tersebut, rasa air mawar juga berbeda. Percobaan pertama menghasilkan air mawar yang lebih pekat dan kurang enak. Percobaan kedua menghasilkan rasa yang kurang pekat dan tidak ada aroma mawar yang tercium. Tim pelaksana kemudian meminta bantuan kepada ahli teknologi pangan untuk menemukan cara agar sari mawar dapat dikonsumsi dengan enak dan tampilannya menarik. Setelah berdiskusi dengan ahli teknologi pangan, tim pelaksana mendapatkan saran untuk mengekstraksi sari mawar dengan cara penyulingan. Percobaan ketiga ini menghasilkan ekstrak mawar yang berwarna bening dan beraroma mawar yang kuat. Penyulingan membutuhkan waktu berjam-jam untuk mendapatkan 200ml sari mawar. Rasa yang dihasilkan jauh lebih enak dan aroma dapat tercium kuat khas bunga mawar. Kegiatan ekstraksi bunga mawar dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Ekstraksi Bunga Mawar

Setelah berhasil mencoba ekstraksi bunga mawar, tim pelaksana melakukan perijinan dan menentukan lokasi pelatihan pada tanggal 4 April 2019. Perijinan diawali dari Ketua RT, Ketua RW, dan Kepala Desa. Lokasi pelatihan bertempat di salah satu rumah tim pelaksana. Tim pelaksana selanjutnya menemui mitra dan menyampaikan maksud dan tujuan diadakannya pelatihan. Mitra berjumlah 5 orang dimana kelima orang tersebut tidak mempunyai pekerjaan tetap.

Kegiatan pembuatan instrumen dilakukan dengan membagi tugas sesuai penanggung jawab kegiatan. Pedoman pelaksanaan dibuat dalam bentuk e-modul sehingga praktis untuk diakses kapanpun menggunakan smartphone. Modul dibuat menarik dan tidak didominasi oleh teks sehingga mudah dipahami oleh mitra.

Pelatihan diawali dengan sosialisasi. Sosialisasi bertujuan untuk memotivasi mitra agar bersedia mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir dan menjelaskan kebermanfaatannya program. Mitra juga diberikan wawasan tentang pentingnya menjadi masyarakat mandiri, yaitu masyarakat yang tidak menggantungkan hidup pada instansi lain. Mitra dimotivasi agar mampu dan mau berusaha dengan membuat usaha kecil berupa pembuatan minuman sari mawar. Tim pelaksana juga menyampaikan gambaran keuntungan dan keseluruhan proses produksi yang akan dilalui. Mitra merasa antusias untuk mendengarkan sosialisasi dengan cara aktif bertanya tentang materi pelatihan. Kegiatan sosialisasi berlangsung kondusif seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 3.2 Kegiatan Sosialisasi kepada Mitra

Kegiatan selanjutnya yaitu kaderisasi yang dilakukan pada tanggal 1 April 2019. Kaderisasi bertujuan untuk memberikan tanggung jawab secara individu kepada mitra. Tanggung jawab ini bertujuan agar produksi minuman sari mawar berlangsung secara kontinu. Penanggung jawab diberikan deskripsi tugas yang harus dilakukan. Kegiatan kaderisasi ini berlangsung cukup kondusif karena mitra mengusulkan agar terlibat dalam desain logo dan kemasan minuman sari bunga mawar. Logo dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Logo Minuman Sari Bunga Mawar

Susunan organisasi produksi minuman sari bunga mawar yaitu:

Tabel 3.1 Kaderisasi Mitra Pelatihan

No.	Nama	Bidang tanggung jawab
1	Dicky Setiawan	Penanggung Jawab Umum
2	Septian Adi	Sekretaris
3	Edo Maulana	Bendahara
4	Muchlis Wahyudin	Promosi
5	Alvin A.	Produksi

Kegiatan pelaksanaan berjalan dengan sangat baik dan lancar. Mitra pelatihan terlihat antusias dan mengikuti simulasi pembuatan sari mawar maupun pemasaran melalui online shop. Online shop yang diperkenalkan selama masa pelatihan yaitu Bukalapak, Shopee, Tokopedia, dan olx. Pembuatan akun sudah dilakukan tim pelaksana sehingga pada saat pelatihan, mitra pelatihan langsung mempraktikkan pada smartphone masing-masing dengan proses instalasi yang dibantu oleh tim pelaksana. Deskripsi masing-masing online shop yang digunakan mitra pelatihan sebagai berikut.

3.1.1 Bukalapak

Akun bukalapak meminta mitra pelatihan mengisi profil usaha dan foto produk. Mitra pelatihan dengan antusias mengisi profil tersebut dengan foto yang sudah dimiliki selama pelatihan pembuatan produk. Mitra pelatihan juga aktif dalam mengisi deskripsi produk dan memberikan ide promo yang bisa calon pembeli dapatkan dengan mengikuti aturan pada Bukalapak.

3.1.2 Shopee

Akun Shopee juga meminta mitra pelatihan mengisi profil usaha dan foto produk. Secara antusias, mitra pelatihan mengupload foto produk untuk setiap botol dan pengemasan menggunakan kotak kardus. Mitra juga menyiapkan strategi untuk mengikuti Program Flash Sale dan mengelola penanggung jawab pembayaran sistem *Cash on Delivery* (COD) di wilayah Batu dan Malang Raya.

3.1.3 Tokopedia

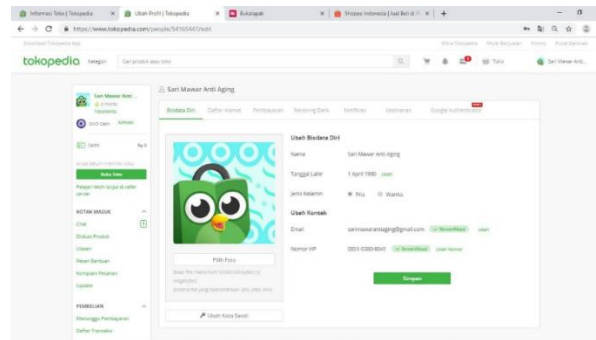
Mitra pelatihan mengupload foto produk dan mengisi profil usaha pada akun Bukalapak yang dimiliki. Mitra juga memberikan promo dan bonus pembelian untuk konsumen. Mitra membuka rekening yang digunakan khusus untuk pembayaran melalui online. Rekening dibuat dengan jenis bank yang berbeda-beda. Hal ini mengikuti aturan dari e-commerce yang diikuti.

3.1.4 olx

Berbeda dengan e-commerce sebelumnya, pada akun olx ini, mitra setiap harinya harus mengupload produk dengan promo yang berbeda setiap harinya. Hal ini dikarenakan olx dapat

menayangkan produk sesuai dengan keaktifan penjual dalam mengupload produk. Mitra juga membayar biaya penayangan produk di olx sehingga setiap pencarian minuman akan secara otomatis muncul pada bagian awal.

Selain menggunakan bantuan e-commerce, mitra menggunakan media sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Twitter. Namun, media sosial ini hanya digunakan untuk menampilkan promo dan pengenalan produk. Transaksi jual beli produk tetap dilakukan melalui e-commerce dengan cara memberikan informasi link akun e-commerce yang telah dibuat. Salah satu contoh akun e-commerce yang dibuat yaitu:



Gambar 3.3 Akun Tokopedia

Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan ekstraksi Bunga mawar. Kegiatan ini membuat mitra antusias mengikuti simulasi pembuatannya. Pembuatan ekstraksi bunga mawar diawali dari kegiatan penyulingan sari mawar dan bagaimana mengolah menjadi minuman dengan memberikan takaran yang sesuai. Mitra juga dibantu mensterilkan minuman dengan cara memasukkan rebusan air mawar ke dalam botol pada suhu 40° C dalam keadaan botol kemasan terendam air dingin. Hal ini digunakan untuk mengantisipasi botol kemasan agar tidak rusak. Proses pembuatan minuman ini memerlukan waktu dua hari dimana satu hari digunakan untuk menyuling sari mawar dan hari berikutnya untuk mengolah serta mengemas minuman. Satu kali produksi mampu menghasilkan 40 botol minuman dengan setiap botolnya berisi 250 ml. Setiap tahapan pembuatan minuman, mitra selalu diingatkan untuk menjaga ke higienisan dengan cara selalu menggunakan masker wajah, apron, dan sarung tangan.

Kegiatan pengenalan DMS menghasilkan kesepakatan yaitu merk minuman "SAMAPA" yaitu Minuman Segar Pencegah Penuaan Dini. Merk ini diusulkan oleh mitra dengan mempertimbangan kemudahan dalam ejaan. Mitra juga berkontribusi dalam pembuatan logo minuman dengan cara mengusulkan warna dan pemilihan jenis huruf pada logo.

Simulasi pembukuan dilakukan dengan cara mensosialisasikan cara pengisian pembukuan yang telah dibuat. Mitra berpartisipasi aktif untuk menghitung biaya produksi sampai penetapan harga setiap botol. Penghitungan laba dilakukan mitra dibantu oleh tim pelaksana. Mitra cukup kesulitan menghitung jumlah biaya yang terlalu besar sehingga memanfaatkan bantuan kalkulator dengan pembimbingan tim pelaksana. Adapun kegiatan simulasi pembukuan keuangan dapat dilihat pada Gambar 3.4



Gambar 3.4 Simulasi Pembukuan Keuangan

3.2 Keberlanjutan Program

Produksi minuman sari bunga mawar terus dilakukan dengan promosi yang dilakukan di berbagai e-commerce. Evaluasi yang dilakukan oleh tim pelaksana yaitu mengikuti akun e-commerce secara berkala dan berkomunikasi kepada mitra apakah ada kesulitan dalam pelaksanaan produksinya. Tim pelaksana selalu memantau perkembangan akun e-commerce mitra dan akun media sosial. Jika terdapat customer yang memerlukan tanggapan dan respon dari mitra, tim pelaksana mengingatkan humas untuk segera tanggap dan cepat dalam merespon customer.

Secara keseluruhan kegiatan produksi, kemandirian mitra terlihat ketika membuat keputusan tentang apa yang harus dilakukan apabila pesanan banyak namun mawar yang tersedia terbatas. Mitra berusaha mencari mawar di sekitar wilayah desa dan melakukan penyulingan setiap hari untuk mengantisipasi keterbatasan produksi. Mitra juga memutuskan apa yang dilakukan jika customer tidak mendapat produk secara tepat waktu. Hal ini dilakukan mitra dengan cara memberikan potongan harga bagi customer yang tidak dapat mendapat produk secara tepat waktu. Mitra juga mendapat kendala lain yaitu pencatatan keuangan pada pembukuan. Hal ini pada akhirnya diatasi dengan cara memasang alarm setiap hari pukul 21.00 untuk membuat catatan pembukuannya. Selain itu, mitra saling membantu dan satu sama lain mengatasi masalah yang menjadi jobdesknya.

Kemandirian juga tampak ketika mitra mampu membuat lapangan pekerjaan sendiri. Mitra mampu mengelola keuangan dengan baik sehingga laba yang dihasilkan dari produksi minuman sari bunga mawar mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari. Mitra juga mampu membagi laba produksi untuk modal produksi selanjutnya, tabungan, dan gaji untuk masing-masing mitra. Laba produksi memang belum cukup banyak namun mampu sedikit demi sedikit memberikan penghasilan kepada mitra. Setiap hari, mitra menganalisis keuangan melalui pembukuan dan melakukan setoran melalui ATM untuk tabungan atau modal tetap produksi.

4. KESIMPULAN

Pelatihan DMS pada mitra, dalam hal ini pengangguran, dilaksanakan dengan sangat lancar. Mitra membuat akun e-commerce untuk melakukan transaksi jual beli minuman sari mawar anti aging. E-commerce yang diikuti yaitu Bukalapak, Shopee, Tokopedia, dan olx. Promosi dilakukan secara online melalui sosial media yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter. Promosi dilakukan dengan membuat promo dan diskon yang berbeda setiap harinya. Kaderisasi dilakukan dengan pemberian tanggung jawab pada masing-masing mitra terkait produksi dan pemasaran. Pembuatan minuman anti aging dengan memanfaatkan bunga mawar dilakukan dengan cara penyulingan dan pengemasan dilakukan menggunakan botol.

Kemandirian masyarakat terlihat dari kemampuan menyelesaikan masalah dengan cara musyawarah untuk mencapai kemufakatan. Kemandirian juga terlihat dari pengambilan keputusan tentang kondisi maupun kendala yang dialami selama produksi dan pemasaran berlangsung. Kecukupan hidup juga merupakan indikator kemandirian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan mitra memperoleh penghasilan atas usahanya sendiri sehingga mampu mencukupi kehidupan sehari-hari dari hasil jerih payah yang dilakukan.

5. SARAN

Pelatihan ini diharapkan dapat terus berlanjut dengan memberikan tips dan trik bagaimana mempertahankan produksi dan melakukan pemasaran secara digital dengan baik. Pelatihan tentang peningkatan kualitas produk, pemasaran, dan kenyamanan konsumen perlu dilakukan. Selain itu, perluasan pemasaran melalui e-commerce lainnya diperlukan untuk menjangkau konsumen yang berada di luar daerah dan meningkatkan jumlah konsumen. Produk ini belum mempunyai kode produksi dan sertifikat Halal. Hal ini perlu dilakukan pelatihan tentang legalitas produksi kepada mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ditjen Belmawa Kemristekdikti dan Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti PKM dan mendanai keseluruhan program pelatihan ini. Terima kasih juga disampaikan atas bantuan motivasi dan ilmu melalui kegiatan coaching clinic yang dilakukan secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Marlina, "Teknik Perbanyakkan Mawar Dengan Kultur Jaringan Nina Marlina 1 dan Euis Rohayati 2 1," vol. 1, no. Gunawan 1992, pp. 1–3, 2009.
- [2] M. Praktikum, "Teknologi perbanyakkan tanaman," 2016.
- [3] Y. R. Suradinata and A. Wulansari, "Respon tanaman mawar batik (*Rosa hybrida L.*) dengan penggunaan konsentrasi 1 – methylcyclopropene (1 – MCP) pada beberapa tingkat kemekaran bunga Response batik roses (*Rosa Hybrida L.*) with the use concentration of 1 – methylcyclopropene (1 – MCP) on some level of florescence," vol. 14, no. 2, pp. 55–62, 2015.
- [4] A. Riyanti, W. Putri, and F. C. Nisa, "Ekstraksi Antosianin Dari Bunga Mawar Merah (*Rosa Damascene Mill*) Sortiran Metode Microwave Assisted Extraction Extraction Of Anthocyanin From The Sorted Red Rose (*Rosa damascene Mill*) With Microwave Assisted Extraction," vol. 3, no. 2, pp. 701–712, 2015.
- [5] E. A. Saati, "Antioxidant power of rose anthocyanin pigment," vol. 11, no. 17, pp. 10201–10204, 2016.
- [6] M. Patrascu and M. Radoiu, "Rose Essential Oil Extraction from Fresh Petals Using Synergetic Microwave & Ultrasound Energy: Chemical Composition and Antioxidant Activity Assessment," vol. 10, pp. 136–142, 2016.
- [7] S. Nanda and P. K. Das, "Medicinal Efficacy of Rose Plant : A Mini Review," vol. 3, no. 10, pp. 23–26, 2015.
- [8] A. Achmad, *Pengaruh Pengguna E-commerce terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi faktor Analisis*, vol. 11. 2018.
- [9] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan," no. August, 2018.
- [10] T. Pradiani, V. Penjualan, and S. Malang, "Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil," vol. 11, pp. 46–53, 2017.
- [11] K. A.- Kattar *et al.*, "Pelatihan Teknik Social Media Marketing sebagai Sarana Pemasaran Produk Pelatihan Teknik Social Media Marketing sebagai Sarana Pemasaran Produk pada Konveksi Kerudung ' Al- Kattar ' Di Kelurahan Merjosari , Malang," no. October, 2018.
- [12] D. I. Kelurahan, M. Sari, D. Sawit, and S. Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm)," vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017.