

Pengolahan Bunga Kering dengan Teknik Resin sebagai Alternatif Merchandise Khas Dusun Jantur, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu

Fitrahayunitisna, Femi Eka Rahmawati, Mayang Anggrian, Nur Iksan

Universitas Brawijaya, Indonesia

Abstrak

Dusun Jantur terletak di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Propinsi Jawa Timur. Desa Gunungsari memiliki potensi wisata bunga. Sebagaimana Desa Gunungsari merupakan desa binaan Universitas Brawijaya, maka pengabdian masyarakat dalam hal ini ingin mengembangkan pelatihan kewirausahaan masyarakat dibidang seni pembuatan merchandise resin berbahan bunga kering. Dengan adanya pelatihan resin, diharapkan produk-produk tersebut menjadi alternatif sumber pencaharian masyarakat dalam rangka mengembangkan kewirausahaan dan kemajuan perekonomian dusun. Rumusan masalah dalam kegiatan ini antara lain adalah 1) Bagaimana teknik pembuatan resin dari bunga kering? 2) Bagaimana teknik pengemasan produk resin? Dan 3) Bagaimana strategi pemasaran produk resin?. Manfaat dari kegiatan ini adalah mengembangkan produk yang menjadi kekhasan dusun dan menginspirasi masyarakat dalam mengembangkan potensi yang dimiliki sebagai sumber alternatif dalam menggerakkan roda perekonomian. Sasaran dari kegiatan ini ada dua yakni umum dan khusus. Sasaran secara umum adalah pemuda-pemudi karang taruna. Sasaran secara khusus adalah ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja, buruh petik bunga, petani, dan peternak. Metode pelaksanaan yang dilakukan mencakup tiga hal, yakni penyuluhan, pelatihan, dan konseling.

Kata kunci : pelatihan resin, bunga kering, merchandise

PENDAHULUAN

Dusun Jantur terletak di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Propinsi Jawa Timur. Kota Batu dewasa ini santer menjadi kota wisata nasional yang dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai wilayah di Indonesia. Potensi wisata yang pernah ada adalah wisata petik mawar. Hasil produksi mawar dari desa ini telah menembus pasar secara luas dengan menjadi pemasok bunga mawar di kota-kota lain di Indonesia. Namun disayangkan, wisata petik mawar tidak berkembang sebagaimana yang diharapkan.

Desa Gunungsari telah menjadi desa binaan Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya sejak tahun 2016. Hasil pemetaan terhadap potensi desa untuk dikembangkan sebagai potensi wisata adalah wisata alam dan wisata budaya. Salah satu prinsip kepariwisataan yang terkandung dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan serta Undang-Undang No 12 tahun 2008 tentang Pemerintah Daerah telah memberikan peluang bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan mengoptimalkan potensi daerahnya secara mandiri termasuk mengelola sektor pariwisata. Tahun 2015 adalah tahun pertama dilaksanakannya UU No.6 Tahun 2014 Tentang Desa. Kehadiran Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi mempunyai mandat untuk menjalankan Nawa Cita Jokowi-JK, khususnya Nawa Cita ketiga yaitu "Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa". Salah satu agenda besarnya adalah mengawal implementasi UU No 6/2014 tentang Desa secara sistematis, konsisten dan berkelanjutan dengan fasilitasi, supervisi dan pendampingan terhadap desa dan kawasan pedesaan (Trisnawati, 2018: 32)

Selaras dengan perundangan di atas dan juga program pemerintah untuk pembangunan desa, maka

menggali potensi pariwisata desa demi meningkatkan taraf hidup penduduknya merupakan program yang perlu dilanjutkan pengembangannya. Keberadaan kampung wisata sudah banyak diketahui dapat menggerakkan peran perekonomian warganya, bahkan memberikan efek multiplier yang cukup besar serta dapat memperluas lapangan kerja.

Seperti halnya yang terjadi di Kampung wisata Sosro Yogyakarta, diuraikan dalam Jurnal Penelitian, volume 18, oleh Wuri, (2015, hal. 143-156) bahwa Keberadaan Kampung Wisata bahkan dapat meningkatkan tidak hanya taraf ekonomi penduduknya, namun juga wawasan masyarakatnya, meningkatkan kemampuan bahasa asing masyarakatnya sehingga dapat membuat masyarakat lebih komunikatif dan mempunyai motivasi yang tinggi untuk menempuh pendidikan formal. Selain itu, keberadaan Kampung Wisata Sosro dapat mendukung pelestarian warisan budaya.

Merchandise merupakan sebuah produk yang cukup penting sebagai *branding* Dusun Jantur. Produk oleh-oleh yang dapat dibeli serta telah menjadi ikon Dusun Jantur. Dusun Jantur terkenal dengan perkebunan bunga, maka *merchandise* yang perlu dirancang merupakan sebuah produk yang berbahan bunga. Produk yang akan dirancang untuk dijadikan *merchandise* ialah produk resin dari bunga kering. Untuk itu, perlu adanya pelatihan pengolahan bunga kering dengan teknik resin sebagai alternatif *merchandise* khas Dusun Jantur. Tidak hanya pada pengolahan saja, pelatihan ini akan mengembangkan teknik pengemasan dan pemasaran.

Dusun Jantur menghadapi tantangan akan penyusutan lahan perkebunan akibat pengembangan perumahan. Belum lagi kegamangan dalam mengembangkan wisata yang dirasa membutuhkan modal besar dengan kekhawatiran kerugian. Untuk itu, menjadikan Dusun Jantur sebagai pemroduksi *merchandise* dari bunga kering dengan teknik resin ini dapat menjadi tawaran alternatif dalam mengembangkan sumber daya.

Dalam pelatihan pengolahan bunga kering dengan teknik resin sebagai alternatif *merchandise* khas Dusun Jantur, maka rumusan masalah yang akan digagas dalam kegiatan ini adalah: 1) Bagaimana teknik pembuatan resin dari bunga kering? 2) Bagaimana teknik pengemasan produk resin? 3) Bagaimana strategi pemasaran produk resin?

Kegiatan ini dapat bermanfaat untuk masyarakat Dusun Jantur dalam mengembangkan brand yang menjadi kekhasan dusun. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat dalam mengembangkan potensi yang dimiliki sebagai sumber alternatif dalam menggerakkan roda perekonomian.

METODE

Kerangka pemecahan masalah pada kegiatan ini adalah sebagai berikut. (1) Menjaring khalayak yang menjadi sasaran pelatihan. (2) Menjelaskan tentang potensi usaha alternatif dengan produksi *merchandise*. (3) Memberi pelatihan intensif pembuatan produk *merchandise*. (4) Memberi pelatihan pengemasan produk. (5) Memberikan penyuluhan tentang strategi pemasaran produk. (6) Menyediakan layanan konseling tentang pembuatan, pengemasan, dan strategi pemasaran produk.

Khalayak yang menjadi sasaran secara umum adalah pemuda-pemudi karang taruna. Sasaran secara khusus adalah ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja, buruh petik bunga, petani, dan peternak. Pihak-pihak yang akan terkait dengan kegiatan ini antara lain adalah perangkat desa, pemuda-pemudi karang taruna, ibu-ibu PKK, masyarakat secara umum, mahasiswa dan dosen Seni Rupa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya.

Metode pelaksanaan yang dilakukan mencakup tiga hal yakni penyuluhan, pelatihan, dan konseling. Ketiga metode ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan semaksimal mungkin. Ketiga metode ini dilakukan dalam rangkaian kegiatan yang terpadu. Metode penyuluhan dilakukan untuk memberikan wawasan tentang peluang bisnis alternatif dengan pembuatan produk sebagai *merchandise* khas dusun. Dalam penyuluhan itu juga dijelaskan tentang strategi pemasaran yang dapat dilakukan. Metode ini dilakukan dengan ceramah dan tanya jawab. Metode kedua, yakni pelatihan yang dilakukan dengan praktik dan pendampingan pembuatan *merchandise* serta teknik pengemasannya sekaligus. Metode yang ketiga adalah konseling, yakni dilakukan dengan pendekatan personal kepada khalayak yang merencanakan memproduksi *merchandise* dalam waktu dekat. Konseling ini dilakukan secara intensif dengan membuat perencanaan bisnis mulai tahap persiapan bahan sampai pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan judul “Pengolahan Bunga Kering Dengan Teknik Resin Sebagai Alternatif *Merchandise* Khas Dusun Jantur, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu” dapat terlaksana pada tanggal 15 September 2019. Kegiatan ini mundur dari program yang sudah direncanakan karena kesibukan warga masyarakat terkait dengan perayaan bersih desa dan kegiatan perayaan kemerdekaan. Akan tetapi, kegiatan ini pada akhirnya berjalan dengan lancar.

Sebagaimana analisis kebutuhan, pemilihan tema kegiatan pengolahan bunga kering menjadi *merchandise* di Dusun Jantur ini juga merupakan upaya dalam meningkatkan kewirausahaan masyarakat desa dengan menggali potensi kelokalan dusun. Hal ini dilakukan sebagai alternatif peningkatan ekonomi masyarakat dalam tantangan global. Sebagaimana pandangan Kertajaya (2006) bahwa Salah satu kunci sukses untuk bersaing dalam bisnis global adalah strategi *glocalization*, yakni memadukan nilai global yang konsisten dengan strategi regional yang terkoordinasi dengan taktik lokal yang dikembangkan secara spesifik dari daerah. Dalam hal ini kelokalan merupakan kunci, memadukan sesuatu yang global dengan lokal ataupun mengangkat kelokalan menjadi pembeda atau penanda yang bernilai tinggi untuk diglobalkan.

Sementara itu, masyarakat Dusun Jantur telah memiliki kekhasan dengan ciri produksi pertanian, yakni bunga. Maka dari itu pelatihan pengolahan bunga kering perlu dilakukan kepada masyarakat. Pelatihan pengolahan selanjutnya diteruskan sampai pada tahap memasarkan *merchandise* resin sebagai ikon desa Jantur.



Gambar 1. Pemaparan kegiatan oleh Kaprodi Seni Rupa

Pelaksanaan kegiatan dibuka dengan sambutan oleh Sekretaris Jurusan Seni dan Antropologi Seni. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan potensi bisnis *merchandise* resin sekaligus testimoni pelaku bisnis yang sudah berhasil yakni mahasiswa Seni Rupa, Fakultas Ilmu Budaya. Selanjutnya, kegiatan dilakukan dengan praktik pelatihan pembuatan resin, pendampingan, pengemasan, dan yang terakhir adalah materi tentang pemasaran.

Pelatihan Pengolahan Bunga Kering menjadi Resin

Pelatihan ini dilakukan di Balai Dusun Jantur Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji. Peserta dalam kegiatan ini adalah sebagian ibu-ibu rumah tangga dan beberapa anggota karang taruna dusun. Peserta berjumlah 24 orang. Peserta yang berjumlah 24 orang tersebut secara bergantian mempraktikkan pembuatan resin dengan alat dan bahan yang sudah disediakan.

Masing-masing peserta menggunakan alat sendiri-sendiri untuk membuat beberapa prototipe resin, yakni seperti kalung, anting, atau gantungan kunci. Pelatihan ini melibatkan mahasiswa Seni Rupa, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya yang telah menjalankan bisnis resin. Mahasiswa tersebut adalah yang melatih secara langsung pembuatan resin.

Kegiatan pelatihan membuat resin dilakukan di ruang yang memiliki akses pergantian udara bagus, dengan banyak jendela dan ventilasi. Hal ini karena resin mengeluarkan bau kimia yang cukup menyengat. Meskipun dilakukan di ruang bersirkulasi udara tinggi, peserta harus tetap menggunakan masker. Selain itu, dalam mempraktikkan pembuatan resin, peserta wajib menggunakan sarung tangan supaya tidak melakukan kontak langsung dengan bahan kimia resin.

Alat dan bahan yang disiapkan adalah : (1) Cetakan, gunakan cetakan mold silicon, (2) Resin bening, (3) gelas takar, (4) masker, (5) sarung tangan karet, (6) sendok plastik, (7) Botol 60ml dan 80ml (8) stik/tusuk gigi, (9) korek api panjang, (10) pinset, (11) Bor tangan manual, (12) gantungan kunci/kalung rantai dan, (13) tang dan (14) bunga kering.



Gambar 2. Bahan dan alat resin

Cara membuat resin adalah sebagai berikut. Pertama, tuangkan adonan resin pada gelas takar sesuai dengan jumlah yang akan dibuat. Kedua, campurkan pewarna bila ingin memberikan warna tertentu pada bahan dasar resin (misalnya biru laut). Ketiga, tuangkan resin pada cetakan silicon sedikit demi sedikit hingga terisi setengahnya. Keempat, panaskan resin dengan korek api dan diamkan. Kelima, masukan kelopak bunga dengan menggunakan pinset. Keenam, tuangkan adonan resin lagi dan diamkan hingga keras. Jika, ingin membetulkan letak bunga, dapat menggunakan tusuk gigi atau stik.



Gambar 3. Praktik pelatihan pembuatan resin di Dusun Jantur

Perlakuan ketika resin sudah mengeras adalah dengan mengeluarkan resin dari cetakan. Pastikan hasil resin tidak memiliki gelembung dan halus pada setiap permukaan. Jika ditemukan permukaan yang kurang halus, bisa digosok dengan amplas. Setelah bentuk resin sesuai dengan yang diinginkan, resin dapat

dibor untuk memberi lubang sebagai pengait jika ingin digunakan sebagai liontin, kalung, ataupun gantungan. Kemudian, tinggal memasukkan ring pada lubang dengan menggunakan tang.

Setelah pelatihan pembuatan resin selesai, kegiatan selanjutnya adalah testimoni dan pemaparan strategi pengemasan dan strategi pemasaran. Testimoni dan pemaparan ini dilakukan oleh dosen Seni Rupa Murni dan mahasiswa yang menjadi pelaku bisnis resin. Kegiatan ini diakhiri dengan serah terima peralatan dan bahan pembuatan resin kepada warga masyarakat Dusun Jantur secara simbolik oleh kaprodi Seni Rupa Murni.

Pengemasan Resin

Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan ketepatan menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Untuk itu, beberapa strategi perlu dilakukan untuk keberhasilan wirausaha. Kreativitas, inovasi, dan ketetapan pengelolaan resiko tidak hanya diterapkan pada produksi saja. Hal ini juga perlu diterapkan pada strategi pengemasan dan juga pemasaran.

Pengemasan merupakan hal penting yang mendukung keberhasilan wirausaha resin. Pengemasan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah menyiapkan hasil produksi sehingga siap untuk dipasarkan. Pengemasan tersebut menyangkut dua hal yakni pemberian merek dan wadah atau tempat mendisplay produk resin seperti kantong maupun box.

Memberi merek pada resin sebagai produk *merchandise* khas Dusun Jantur menjadi sangat penting. Ini berkaitan dengan keberhasilan suatu bisnis, mengingat produk ini nantinya akan dijadikan ikon dusun sebagai dusun bunga. Sebagaimana merek berfungsi untuk menandakan tingkat kualitas tertentu hingga mendapatkan loyalitas pembeli. Selain itu, merek juga berperan sebagai alat untuk mengamankan keunggulan kompetitif dan memengaruhi perilaku konsumen. Target sasaran pasar secara khusus pada produk resin merupakan wanita. Mengingat produk resin dapat dikategorikan pada produk perhiasan, sehingga produk ini memiliki daya saing meskipun harga jualnya tinggi. Untuk itu, merek atau brand produk resin harus memberikan citraan positif tentang nilai tinggi kualitas perhiasan, menimbulkan kebanggaan sekaligus mencerminkan keotentikan *hand made* Dusun Jantur.

Setelah menemukan brand yang cocok untuk produk resin, hal yang perlu dipikirkan adalah kemasan sebagai wadah untuk mendisplay agar terlihat lebih menarik, otentik, elegan, dan bernilai tinggi. Membuat kemasan atau wadah resin perlu mempertimbangkan jenis produk resin, apakah berbentuk kalung, liontin, anting-anting, atau gantungan kunci. Jika jenisnya berupa perhiasan maka dibutuhkan box atau kotak perhiasan. Kotak perhiasan perlu didesain yang otentik, namun tidak membutuhkan biaya tinggi. Ini dapat dilakukan dengan membuat box dari kardus atau kulit kayu dengan desain vintage untuk memberikan otentisitas dan kekhasan alamai. Berikut adalah contoh box tempat resin yang digunakan sebagai contoh.



Gambar 4. Contoh pemberian merek dan kemasan resin

Dalam dunia pemasaran dikenal konsep STP-D (Prasetya, 2011). STP-D adalah strategi pemasaran dengan penetapan segmentasi, target, posisi, dan diferensiasi. Segmentasi dari produk resin secara umum adalah wisatawan dan kalangan menengah atas. Target produk ini adalah wanita. Posisi dari produk ini adalah *merchandise* yang merupakan ikon khas kota wisata bunga dari Dusun Jantur. Diferensiasi dari produk ini adalah *merchandise* yang masuk pada kategori *jewelry*.

Hal lain yang dalam pemasaran adalah bauran pemasaran. Bauran Pemasaran yakni strategi untuk menyebarkan informasi mengenai produk secara luas, mengenalkan produk, dan merangsang konsumen untuk menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* produk (Selang, 2013). Bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2004) mencakup "4P" yakni *Product, Price, Place, Promotion* artinya produk, harga, tempat, dan promosi. Untuk itu pemasaran resin ini akan mempertimbangkan keempat hal tersebut.

Produk resin adalah *merchandise* yang merupakan ikon khas kota wisata bunga dari Dusun Jantur dengan diferensiasi yang masuk pada kategori *jewelry*. Harga dari produk resin cukup bersaing sebagai *merchandise* meskipun dapat dinilai lebih mahal dibanding *merchandise* secara umum karena masuk pada kategori *jewelry*. Produk resin dihargai mulai dari sekitar Rp. 35.000 sampai Rp. 300.000 tergantung pada jenis, besar atau kecil, dan nilai keindahannya.

Tempat yang dipertimbangkan dalam hal ini adalah tempat produksi. Produk resin ini digagas sebagai ikon dusun sebagaimana Dusun Jantur terkenal dengan kekhasan produksi bunga. Selain itu, mempertimbangkan bahan baku bunga kering untuk resin mudah dicari dari sisa produksi bunga segar yang tidak dipasarkan di Dusun Jantur. Untuk itu, tempat produksi resin bunga berada di Dusun Jantur. Warga yang menjalankan bisnis ini dapat memproduksi di rumah masing-masing.

Hal terakhir yang terpenting dari strategi ini adalah promosi. Promosi produk resin dapat dilakukan melalui *online* dan *offline*. Promosi sekaligus penjualan dapat dilakukan melalui toko *online* seperti Shopee atau Buka Lapak. Sementara, melalui media sosial bisa menggunakan Instagram atau Facebook. Sebagai awal mula, bisnis *online* bagi warga masyarakat Dusun Jantur dapat bekerja sama dengan mahasiswa Seni Rupa yang telah menjalankan promosi dan bisnis *online* dengan melakukan promosi melalui akun toko *online* mereka maupun akun media sosial sebagai sarana promosi mereka.

Selanjutnya, promosi sekaligus penjualan produk *offline* dapat dilakukan dengan mendistribusikan produk pada sentral UMKM yang telah disediakan pemerintah Kota Batu. Selain itu, Dusun Jantur mendistribusikan ke kios-kios aksesoris yang ada di beberapa daerah objek wisata di Kota Batu. Melalui promosi *offline* tersebut tentu saja memakan biaya untuk distribusi produk ataupun potongan harga yang dikenakan untuk pemilik kios aksesoris ataupun pusat oleh-oleh.

SIMPULAN

Secara umum, kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul *Pengolahan Bunga Kering Dengan Teknik Resin Sebagai Alternatif Merchandise Khas Dusun Jantur, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu* berjalan lancar. Adapun kendala-kendala yang dihadapi di lapangan tidak terlalu berdampak signifikan terhadap kegiatan tersebut. Kegiatan yang dilaksanakan tanggal 15 September 2019 ini mendapat sambutan baik dan antusias dari masyarakat Dusun Jantur. Target sasaran yakni ibu-ibu rumah tangga sebagai peserta pelatihan memenuhi sasaran, terutama ibu-ibu muda. Adapun peserta lain adalah pemuda dan pemudi Karang Taruna. Dalam pelatihan tersebut beberapa di antaranya memiliki niat untuk serius menekuni untuk membuka peluang bisnis *merchandise* resin sebagai produk alternatif kekhasan Dusun Jantur dengan langkah sebagaimana yang telah disampaikan pada pelatihan, mulai dari proses produksi hingga pemasaran.

Adapun beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam kegiatan pelatihan ini merupakan tindak lanjut yang berkaitan dengan pendampingan pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang tidak mudah dicapai untuk menembus pasar global. Supaya produk resin khas Desa Jantur dapat bersaing dan berhasil menjadi ikon dusun maka diperlukan dukungan dan sinergi dari berbagai pihak khususnya pemangku kepentingan desa setempat untuk menggerakkan dan memotivasi warga dusun Jantur. Selain itu, pendampingan berkala perlu dilakukan untuk menggiatkan usaha masyarakat supaya membawa dampak perekonomian yang nyata bagi warga masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kertajawa on Marketing*. Yuswohady, Bembi Dwi Indrio, Sunarto Ciptoharjo (eds). Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Indexs.
- Prasetya, Frendy. 2011. *Analisis pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Potitioning terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Selang, Christian A.D. 2013. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3, Hal. 71-80
- Trisnawati, Ditya Eka, Hari Wahyono, dan Cipto Wardoyo. 2018. Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal pendidikan: Teori, Penelitian, & pengembangan*. Vo. 3, No. 1, Hal: 29-33
- Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang No.6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Undang-Undang No 12 tahun 2008 Tentang Pemerintah Daerah
- Wuri, Josephime, Y, Rini Hardianti, dan L. Bambang Hartono. 2015. Dampak Keberadaan Kampung Wisata Terhadap Kehidupan Ekonomi Dan Sosial Masyarakat. *Jurnal Penelitian*. Vol. 18, No. 2, Hal 143-156.