

PEMANFAATAN WEB DAN SOSIAL MEDIA DALAM PENERAPAN INFORMASI PEMASARAN CHIP PORANG DI DESA JEMBUL

Sela Rahmadani¹, Pipit Sari Puspitorini², Andhika Cahyono Putra³, Atmiral Ernes⁴

Universitas Islam Majapahit^{1,2,3,4}

e-mail: selarahmadani3101@gmail.com

ABSTRACT

Technology is a tool or system developed by humans that is used to facilitate human life in everyday life or complete work. One of the activities that requires use of the web and social is marketing porang chips. The need for marketing porang chips is because the sale of porang chips is still done manually, namely selling porang chips to local middlemen at a standard price. Another factor that needs to be considered is the lack of middlemen who buy porang chips. By conducting marketing activities through the web and social media, this strategy is a form of promotion carried out to introduce products to consumers. Judging from the use of the web and social media which are very many in number, this form of marketing is very profitable to find consumers easily and reach free markets that have many buyers with various criteria and prices. This study aims to apply technology as a medium for marketing Porang chips easily and cheaply.

Keywords: *Technology, Chip Porang, Website, Social Media, Marketing.*

ABSTRAK

Teknologi merupakan sebuah alat atau system yang dikembangkan oleh manusia yang digunakan untuk memudahkan manusia dalam kehidupan sehari-hari atau menyelesaikan pekerjaan. Salah satu kegiatan yang memerlukan pemanfaatan dari web dan sosial ini yaitu pemasaran *chips* porang. Diperlukannya pemasaran *chips* porang yaitu karena penjualan *chips* porang saat ini masih dilakukan secara manual yaitu menjual *chips* porang pada tengkulak setempat dengan harga yang standar. Faktor lain yang perlu diperhatikan yaitu sedikitnya tengkulak yang membeli *chips* porang. Dengan melakukan kegiatan pemasaran melalui web dan social media, strategi ini merupakan sebuah bentuk promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Dilihat dari penggunaan web dan social media yang sangat banyak jumlahnya maka bentuk pemasaran ini sangat menguntungkan untuk mencari konsumen dengan mudah serta menjangkau pasar bebas yang memiliki banyak pembeli dengan kriteria dan harga yang bermacam-macam. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan teknologi sebagai media pemasaran *chips* porang secara mudah dan murah.

Kata kunci: *Teknologi, Chips Porang, Website, Sosial Media, Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Desa Jembul merupakan sebuah desa yang memiliki potensi alam yang sangat melimpah. Salah satunya yaitu Porang. Porang adalah tumbuhan berjenis umbi-umbian yang memiliki kandungan glukomannan dan oksalat. Kandungan glukomannan yang cukup tinggi tersebut sangat berguna untuk industry pangan, kosmetik maupun kesehatan. Dan kandungan oksalat yang terkandung didalam porang bisa menyebabkan rasa gatal apabila umbi tersebut dikonsumsi. Oleh karena itu porang dijadikan bahan setengah jadi yaitu *chips* porang. Dibandingkan porang basah harga *chips* porang lebih mahal yaitu mencapai 52.000 – 80.000 perkilonya. Penjualan *chips* porang didesa Jembul biasanya dilakukan secara langsung dijual pada tengkulak setempat dengan harga yang standar. Tengkulak *chips* porang didaerah setempat hanya 1 tengkulak saja tidak banyak seperti tengkulak tanaman lain seperti padi dan jagung. Karena itu petani *chips* porang tidak bisa menjual *chips* porang dengan harga yang lebih tinggi lagi. Faktor lain yang mempengaruhi terkendalanya pemasaran *chips* porang yaitu kurangnya wawasan warga setempat memasarkan *chips* porang menggunakan kecanggihan teknologi yang ada. Seperti menggunakan website dan social media. Serta sulitnya jaringan internet yang belum

bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat Desa Jembul. Didesa Jembul hanya ada beberapa warga yang sudah memiliki pemancar sinyal dan memasang wifi dirumah-rumah. Karena bentuk geografis Desa Jembul termasuk desa yang berada didataran tinggi pada lereng pegunungan.

METODE PELAKSANAAN

Sosial media adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul yang umumnya adalah individu atau organisasi yang diikat dengan satu atau lebih relasi spesifik seperti nilai visi, ide, teman, keturunan, dll. Melalui aktivitas ini dapat membangun ekuitas merek suatu produk. Sosial media menjadi salah satu cara utama orang bersosialisasi. Dalam sosialisasi ini berusaha untuk meng eksplorasi kesesuaian antara aktivitas belanja dengan jejaring sosial, mengingat aktivitas belanja merupakan kegiatan umum di masyarakat sehingga masyarakat diharapkan akan dapat menerima dengan baik penggabungan antara jejaring sosial dengan aktivitas belanja (Ekawati, 2012) [4].

Strategi pemasaran adalah penganalisaan perencanaan. Pelaksanaan dan pengawasan program program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi , hal ini sangat tergantung dari penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk melayani pasar. Untuk berkembang, dan mendapatkan laba(Kusuma, 2015) [5].

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai bagian dari Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) secara umum adalah semua pengambilan, pengumpulan (akuisisi), pengelolaan, penyimpanan, penyebaran dan penyajian informasi (Budiana dkk, 2015) [2].

Umbi porang (*Amorphophallus oncophyllus*) termasuk tanaman umbi family Araceae yang mengandung glukomanan cukup tinggi (15-64% basis kering). Umbi porang digunakan sebagai bahan baku makanan di Jepang dan industry sejak 1.000 tahun yang lalu di Jepang dan China. Tingginya kandungan glukomanan dalam umbi porang membuat industry pangan dan kesehatan (Faridah dkk, 2012) [1].

Tujuan dari pemasaran chip porang menggunakan teknologi website dan social media adalah sebagai media informasi memasarkan *chips* porang secara mudah dengan menggunakan kecanggihan teknologi, yang tepat menuju sasaran utamanya yaitu pembeli atau supplier.

Kualitatif

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), yang pengumpulan datanya dilakukan di lapangan untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konsteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Irkhamiyati, 2017) [3]. Dalam penelitian pemasaran chips porang ini data diperoleh dari hasil responden yang sudah dilakukan secara benar. Data yang sesuai dengan repsonden tersebut berupa harga penjualan *chips* porang dari beberapa supplier dengan memiliki kriteria masing-masing sesuai dengan permintaan yang diperlukan pada *chips* porang yang ingin dibelinya. Dari responden yang sudah dilakukan maka kualitas *chips* porang yang perlu diperhatikan yaitu pada kualitas *chips* porang. Dari segi bentuk ketebalan 0,7cm dengan kadar air 18%. Beberapa supplier memiliki kriteria warna pada *chips* porang ada yang berwarna putih atau coklat asal *chips* porang tidak berjamur. Apabila kualitas *chips* porang ada yang remuk maka *chips* porang tersebut tidak laku untuk dijual. Supplier hanya mau membeli *chips* porang dengan kualitas yang utuh serta tidak berjamur.

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi sesuai dengan fakta yang ada. Hasil dari informasi yang didapat yaitu sebagai berikut :

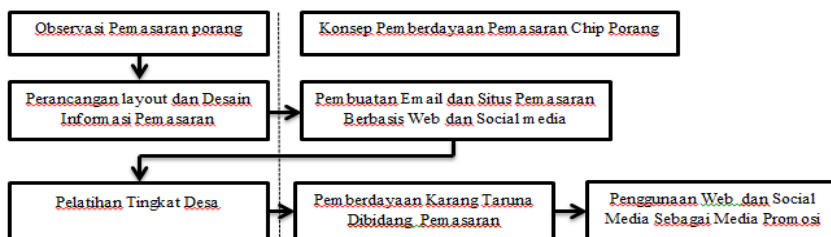
1. Kualitas *chips* porang yang diinginkan oleh supplier memiliki ketebalan 0,7 cm dengan kadar air 18% dan tidak boleh berjamur.
2. Apabila *chips* yang diproduksi ada yang memiliki kualitas jelek, maka dalam penjualan sudah termasuk rugi untuk petani *chips* porang.
3. Penjualan *chips* porang masih dilakukan secara manual yaitu dijual kepada tengkulak setempat.
4. Belum adanya penjualan melalui website dan social media yang digunakan untuk memasarkan *chips* porang.
5. *Chips* porang sudah siap dipasarkan.



Gambar 3. Kemasan *chips* porang

Alur Pelaksanaan Pemberdayaan Petani *Chips* Porang

Alur ini dibuat sesuai dengan metode Kualitatif yang sudah diteliti berdasarkan faktor-faktor yang ada secara nyata. Uraian ini merupakan alur dari pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kepada seluruh warga Desa Jembul tentang pemasaran *chips* porang menggunakan web dan social media. Pelatihan ini bertujuan agar warga Desa Jembul mengetahui kegunaan web dan social media sebagai media pemasaran yang sangat mudah dan murah. Khususnya pada pemuda karang taruna setempat sebagai generasi penerus yang harus bisa berkreasi dan berinovasi untuk memperkenalkan produk unggulan desa setempat yang memiliki potensi hasil bumi yang sangat melimpah.



Gambar 1. Pembuatan Situs Web dan Sosial Media.



(a)

Gambar 2.a) Tampilan Website



(b)

Gambar 2.b) Tampilan Sosial Media

Gambar 2.a yaitu menjelaskan tentang tampilan website menggunakan wordpress. Website tersebut digunakan untuk pemasaran *chisp* porang yang didalamnya terdapat beranda, hasil bumi, wisata, tentang, kontak. Didalam menu kontak terdapat informasi pemasaran mengenai *chips* porang yang bisa terhubung dengan pengepul *chips* porang daerah setempat. Gambar 2.b yaitu menjelaskan tentang tampilan sosial media menggunakan instagram. Didalam instagram terdapat biodata yang dicantumkan untuk pemasaran *chips* porang meliputi : wisata alam, pemasaran *chip* porang, pemasaran kopi. Dan terhubung dengan web yang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Data I

Dalam pemasaran *chips* porang didesa Jembul sampai saat ini masih menggunakan pemasaran secara manual yaitu tatap muka dengan tengkulak setempat. Dengan adanya pemasaran *chips* porang menggunakan web dan social media yang sudah dibuat maka sangat membantu dan memudahkan masyarakat Desa Jembul untuk memasarkan *chips* porang secara luas kesemua lapisan masyarakat dan tertuju pada sasaran yang tepat. Dengan adanya konsumen yang dituju para petani *chips* porang tidak perlu kesulitan mencari supplier dengan harga standar. Melainkan dapat mengetahui kisaran harga terendah sampai tertinggi yang ditawarkan oleh banyaknya supplier. Pemasaran melalui web dan social media merupakan salah satu media pembelajaran warga Desa Jembul sebagai pengenalan penggunaan teknologi untuk media promosi dalam memperbesar jaringan penjualan. Serta menjadikan masyarakat yang memiliki wawasan luas menggunakan media online. Dari hasil observasi diatas maka penggunaan web dan social media sangat penting sekali untuk pemasaran *chips* porang.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan yang dapat diambil dari pembuatan pemasaran *chips* porang menggunakan website dan social media adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini sangat membutuhkan pembuatan website dan social media sebagai media pemasaran *chips* porang yang dapat menjangkau konsumen secara mudah dan murah.
2. Dengan adanya media pemasaran secara online petani *chips* porang dapat memasuki pasar bebas dengan mengetahui harga dan kualitas chip porang sesuai dengan supplier yang diinginkan.
3. Website dan sosial media menjadikan pembelajaran baru khususnya warga Desa Jembul dalam wawasan menggunakan teknologi sebagai media pemasaran *chips* porang.

Website dan social media menjadikan pembelajaran baru khususnya warga Desa Jembul dalam wawasan menggunakan teknologi informasi sebagai media pemasaran *chips* porang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada semua pihak khususnya warga masyarakat Desa Jembul yang telah memberikan kemudahan dalam pengumpulan data yang diperlukan pada penelitian ini. Dengan adanya data yang diperoleh saya sebagai penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dalam penulisan paper ini. Semoga paper ini bermanfaat bagi kita semua. Mohon kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki karya ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Faridah., Widjanarko, B.S., Sutrisno, A., Susilo, B. *Optimasi Produksi Tepung Porang Dari Chip Porang Secara Mekanis Dengan Metode Permukaan Respons*. Jurnal Teknik Industry. Vol, 13. No, 2. 2012.
- [2] Budiana, H.R., Sjafirah, N.A., Bakti, I. *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Pembelajaran Dari Para Guru SMPN 2 Kawali Desa Cieteurup Kabuapaten Ciamis*. Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat. Vol, 4. No, 1. 2015.
- [3] Irkhamiyati. *Evaluasi Persiapan Perpustakaan Stikes Aisyiah Yogyakarta Dalam Membangun Perpustakaan Digital*. Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Vol, 13. No, 1. 2017.
- [4] Ekawati, N.W., *Jejaring Sosial / Facebook Sebagai Media E-pengecer*. Buletin Studi Ekonomi. Vol, 17. No, 2. 2017.
- [5] Kusuma, T.W., *Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hikmah Citra Perkasa Jakarta*. Riset Mahasiswa Ekonomi. Vol, 2. No, 1. 2015.