

Penyuluhan Dalam Rangka Pengembangan Usaha Produk Olahan Porang pada Kelompok Usaha Sahabat Petani Porang Sukoharjo

¹Rosita Dewati, ¹Agung Setyarini, ¹Yos Wahyu Harinta, ¹Retno Widyastuti
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Veteran Bangun Nusantara¹
e-mail: rosita.dewati@gmail.com ^{1*}

*Corresponding Author

Submitted: Augst 04, 2023; Revised: Sept 20, 2023; Accepted: Oct 22, 2023; Published: October 30, 2023

ABSTRAK

Potensi pengembangan porang di Indonesia masih sangat besar. Selama ini, di Indonesia porang hanya di olah hingga bentuk chips kering, belum menjadi produk akhir. Sedangkan produk akhir dari olahan porang sejatinya memiliki harga yang tinggi. Melalui potensi-potensi tersebut, petani porang di desa Kamal Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo berinisiatif mengolah porang menjadi produk olahan yang bernilai tinggi juga bergizi tinggi. Sahabat Petani Porang Sukoharjo (SPPS) merupakan perkumpulan dari petani-petani porang yang memproduksi porang dari budidaya hingga kemudian di olah menjadi berbagai produk seperti beras porang, mie porang, tepung glukomanan. Strategi pemasaran utama yang disimpulkan adalah penerapan pengendalian mutu dengan menerapkan cara produksi pangan yang baik, agar menghasilkan produk yang higienis. Strategi kedua adalah perluasan jangkauan pemasaran hingga ke pasar ekspor, dengan cara promosi di media sosial menggunakan brosur dan bergabung ke dalam platform pemasaran online seperti shopee karena telah mendukung ekspor produk UMKM. Adapun saran untuk lanjutan kegiatan adalah dilaksanakannya penelitian bertema strategi pemasaran yang mendalam yang merinci faktor-faktor internal eksternal yang dimiliki SPPS.

Kata kunci: Pemasaran, Porang, Strategi.

ABSTRACT

The potential for developing porang in Indonesia is very large. So far, in Indonesia, porang has only been processed into dry chips, not yet made into a final product. Meanwhile, the final product from processed porang has a high price. Through these potentials, porang farmers in Kamal Village, Bulu District, Sukoharjo Regency took the initiative to process porang into processed products that are of high value and also highly nutritious. Friends of Farmers Porang Sukoharjo (SPPS) is an association of porang farmers who produce porang from cultivation until it is processed into various products such as porang rice, porang noodles, glucomannan flour. The main marketing strategy that can be concluded is the application of quality control with good food production methods to produce hygienic products. The second strategy is to expand marketing reach to the export market, by means of promotions on social media using brochures and joining online marketing platforms such as shopee because they have supported the export of UMKM products.

Keywords: Marketing, Porang, Strategic



Copyright © 2023 The Author(s)

This is an open access article under the CC BY-SA license.

PENDAHULUAN

Budidaya porang sangat potensial untuk dikembangkan karena komoditi ekspor porang dibutuhkan di beberapa Negara sebagai bahan makanan dan sebagai bahan baku industri. Ekspor porang Indonesia biasanya dibuat dalam bentuk tepung atau gablek ke Negara Jepang, Italia, Pakistan, Inggris, Australia, Malaysia, Selandia Baru, Korea dan Srilangka. Permintaan umbi porang terus meningkat baik dalam bentuk chip kering ataupun umbi segar. Sebagai contoh pada tahun 2009 provinsi Jawa Timur hanya mampu memproduksi umbi porang 600 sampai 1000 ton chip kering. Sedangkan permintaan sektor industri yang mencapai 3.400 ton chip kering (Sulistiyono & Soetopo, 2014).

Selama ini, di Indonesia porang hanya di olah hingga bentuk chips kering, belum menjadi produk akhir. Sedangkan produk akhir dari olahan porang memiliki harga yang tinggi. Porang banyak digunakan sebagai bahan baku tepung, pemurnian air, kosmetik, lem dan jelly, yang telah diekspor ke Jepang dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu kandungan utama porang adalah glukomanan, yaitu serat alami yang larut dalam air. Glukomanan sering digunakan sebagai pengemulsi dan pengental dalam makanan. Selain itu, Porang akan digunakan sebagai bahan baku produksi perekat dan komponen pesawat yang ramah lingkungan (Aditriandi, 2022)

Melalui potensi-potensi tersebut, petani porang di desa Kamal Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo berinisiatif mengolah porang menjadi produk olahan yang bernilai tinggi juga bergizi tinggi. Sahabat Petani Porang Sukoharjo (SPPS) merupakan perkumpulan dari petani-petani porang yang memproduksi porang dari budidaya hingga kemudian di olah menjadi berbagai produk seperti beras porang, mie porang, tepung glukomanan. Berikut adalah foto produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha Sahabat Petani Porang Sukoharjo (SPPS).

Produk-produk yang dihasilkan oleh Sahabat Petani Porang Sukoharjo (SPPS) sudah diproduksi dalam jumlah banyak namun untuk memenuhi tawaran ekspor atau masuk ke dalam pasar yang lebih besar, kelompok ini merasa belum mampu karena kapasitas produksi belum besar. Selain itu, dalam memproduksi, keunggulan kelompok ini adalah mau dan mampu melaksanakan trial and error, sehingga memiliki tekad yang kuat untuk mengubah porang menjadi produk bernilai tinggi.

Dilihat dari sisi keamanan mutu pengolahan pangan, kelompok usaha ini belum sepenuhnya menerapkan cara produksi pangan yang baik yaitu mengutamakan personal hygiene dalam mengolah porang. Selama ini, kelompok usaha hanya menggunakan sarung tangan saja, dengan tujuan untuk menghindari sensasi rasa gatal dari umbi porang itu sendiri. Sementara dari sisi keamanan pangan, cara memproduksi pangan yang baik harus benar-benar higienis, baik bahan pangannya ataupun orang yang mengolah. Perlu dilakukan penyuluhan mengenai cara produksi pangan yang baik, yaitu dengan menggunakan penutup kepala, masker, sarung tangan/gloves, dan celemek. Hal tersebut berguna untuk mengurangi kontaminasi pangan dari tubuh pengolah pangan.

Sisi pemasaran, produk olahan porang ini belum dipasarkan dalam pasar yang luas dikarenakan sumber daya manusia yang merupakan petani, sehingga kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan mumpuni dalam hal pemasaran online. Pemasaran online di era sekarang bukan merupakan hal yang baru. Hal ini merupakan dampak dari pesatnya perkembangan teknologi informatika. Berdasarkan pendapat Wati et al., (2020) melalui perkembangan TI suatu bisnis mudah berkembang tentunya persainganpun semakin ketat. Digital Marketing seiring dengan perkembangan penggunaan internet dan smartphone. Namun, penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku bisnis, terutama UMKM. Mendukung hal itu, perlu dilaksanakan penyuluhan dan konsultasi mengenai pengelolaan SDM dan sistem pemasaran online dengan tujuan agar usaha ini dapat melakukan pemasaran melalui platform online seperti Instagram, shopee, tokopedia, dan lain sebagainya. Tujuan lain adanya kegiatan ini adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran produk olahan porang.

METODE

Kegiatan yang dilaksanakan dikemas dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan cara pengolahan produk yang baik, pembuatan brosur dan Focus Group Discussion mengenai sistem pemasaran yang perlu diterapkan dan dijalankan di SPPS sebagai perbaikan dari sistem yang telah dijalankan. Evaluasi kegiatan dapat dilihat melalui antusiasme mitra terhadap pelatihan / sosialisasi dan konsultasi yang diberikan terkait dengan peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam meningkatkan kualitas produk serta pentingnya memahami strategi pemasaran baik online maupun offline dalam berbisnis. Indikator keberhasilan program adalah adanya peningkatan pengetahuan, motivasi dan keterampilan mitra mengenai sistem pemasaran, pembentukan strategi pemasaran serta penggunaan platform online/ digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran merupakan proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberikan harga, promosi, mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu maupun organisasi (McDaniel & Gates, 2001). Pemasaran merupakan salah satu upaya untuk menjual produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau badan usaha. Pelaksanaan pemasaran sendiri memerlukan strategi yang dirancang dan disesuaikan dengan kondisi internal eksternal perusahaan, sehingga pemasaran yang dilakukan dapat efektif dan efisien. Strategi pemasaran diperlukan untuk menunjang keberlanjutan usaha, agar produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau UMKM dapat terjual serta lebih jauh ditujukan agar produk dapat bersaing. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah pemasaran menggunakan sistem online. Pemasaran online di era digitalisasi saat ini bukan menjadi hal yang baru, sehingga UMKM perlu menggunakan sistem pemasaran online.

Berdasarkan kegiatan penyuluhan dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan, kelompok usaha Sahabat Petani Porang Sukoharjo (SPPS) memiliki beberapa kondisi internal dan eksternal yang menjadi perhatian tim PMKK.

1. Nama Dagang

Produk olahan porang yang dimiliki oleh SPPS adalah tepung glukomanan, beras porang dan mie porang. Namun, produk mie porang belum dikembangkan lebih lanjut. Pasar yang sudah dicapai adalah pasar untuk beras porang dan tepung glukomanan. Produk olahan porang di jual dengan nama "Sahabat". Produk tersebut sudah memiliki merk atau nama dagang. Berikut adalah foto beberapa produk milik SPPS :



Gambar 1. Produk Beras dan Tepung Glukomanan

2. Surat Izin Usaha

Surat izin usaha merupakan hal yang penting yang dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Legalitas usaha merupakan bentuk pengakuan dari negara terhadap suatu usaha. Selain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, legalitas usaha juga dapat digunakan sebagai syarat dalam bekerjasama dengan berbagai pihak (Oktaviani & Yasa, 2022). Izin usaha yang dapat dimiliki adalah BOPM, PIRT dan Halal. Sebelum pelaksanaan pengabdian dan pendampingan, SPPS telah mengurus perizinan BPOM dan Halal, namun belum terbit hingga saat pendampingan dilaksanakan. Sertifikat Halal sudah terbit, namun BPOM sampai saat ini masih dalam proses. Penyuluhan pemasaran menyarankan untuk memiliki izin usaha, karena hal tersebut merupakan hal penting untuk dapat membuat masyarakat percaya dan yakin untuk mengkonsumsi produk kita. Adanya jaminan mutu, label halal dalam suatu produk merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk (Dewati & Saputro, 2020).

3. Kemasan

Kemasan produk milik SPPS sudah baik dengan desain simpel dan menarik. Namun, belum seluruh kemasan produk memiliki cara pengolahan/panduan memasak untuk beras porang, sehingga menyulitkan konsumen. Selain itu, izin usaha dan jaminan mutu (BPOM dan halal) belum dicantumkan di dalam kemasan. Hal tersebut menjadi saran dari pendampingan ini. Alasan dari SPPS belum menampilkan izin usaha dan jaminan mutu adalah pada saat pendampingan belum terbit BPOM dan sertifikasi halal tersebut. Berdasarkan Undang-Undang Pangan No. 18 tahun 2012, pangan yang beredar harus memenuhi standar keamanan baik mutu maupun gizi yang ditentukan Pemerintah. Pangan Bermutu adalah pangan yang bebas dari tiga hal cemaran (fisik, kimia, biologi) dan memiliki tampilan yang menarik (tidak cacat fisik) yang memenuhi klasifikasi kelas tertentu, tidak bertentangan dengan agama, dan budaya (Laraswarni, 2019).

4. Pengendalian Mutu

Pengendalian mutu merupakan hal yang wajib diperhatikan bagi industri terutama bahan pangan. Umumnya, bahan pangan hasil pertanian merupakan bahan yang mudah rusak, terutama hasil perikanan dan hasil peternakan. Oleh sebab itu sebagian besar diolah lebih lanjut menjadi bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Pengolahan produk pertanian memiliki banyak keuntungan, seperti mempermudah penanganan dan transportasi, memperpanjang daya simpan, memperpanjang waktu tersedianya bahan tersebut dan lain-lain (Mamuaja, 2016)

Porang merupakan komoditas yang memiliki dua sisi, kandungan yang kaya manfaat dan kandungan berbahaya, sehingga perlu penanganan yang tepat agar kandungan berbahaya tersebut tidak merugikan. SPPS telah memiliki sertifikat HAKI untuk pengolahan porang dengan kandungan asam oksalat rendah. Selain itu, proses pengolahan perlu diperhatikan. Saat ini tim produksi SPPS hanya menggunakan alat seadanya dan belum memperhatikan aspek kebersihan atau higienitas proses. Saran selama pendampingan adalah penggunaan masker, penutup kepala dan sarung tangan selama proses produksi, untuk menunjang kebersihan dan higienitas produk yang dihasilkan.

5. Kuantitas Produksi

Selama ini, produksi beras porang di SPPS sudah stabil dan dalam jumlah yg memadai. Namun, untuk produksi tepung glukomanan masih terkendala untuk produksi skala besar dikarenakan keterbatasan mesin grinder yang dimiliki (kapasitas 300 gram). Pada pendampingan PMKK, pihak SPPS diberikan mesin grinder dengan kapasitas 500 gram untuk meningkatkan kuantitas produk tepung glukomanan yang dihasilkan.

6. Brosur

Brosur merupakan salah satu sarana untuk promosi dan memperkenalkan produk kepada calon konsumen atau masyarakat umum. Brosur memang bukanlah suatu hal yang baru, namun penggunaan brosur masih dapat diterapkan sebagai sarana promosi. Pendampingan ini

mengajak pihak SPPS untuk membuat brosur yang berisi produk, manfaat serta kegunaan dari produk olahan porang di SPPS. Berikut adalah brosur yang sudah didesain oleh tim PMKK.



Gambar 2. Tampilan Brosur Via Google Chrome (Link brosur : <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/102414>)

Brosur olahan porang tersebut dapat diakses secara online dan offline. Brosur dapat dicetak, juga dapat disebarluaskan melalui media sosial sehingga memudahkan SPPS dalam mempromosikan produknya. Tampilan brosur dibuat sederhana namun menarik. Brosur tersebut sudah disebarluaskan selama masa pendampingan.

7. Pemasaran online dan offline

Sejalan dengan Penyuluhan yang dilakukan oleh Rizky et al., (2021) yang bertujuan untuk mengoptimalkan teknologi pemasaran produk, salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk SPPS adalah penguatan pemasaran terutama pemasaran online. Pemasaran yang dilakukan SPPS terbatas pada pemasaran offline, dari mulut ke mulut, melalui pameran dan workshop maupun pemasaran online melalui whatsapp, facebook, dan instagram. Pemasaran melalui online belum digunakan secara maksimal dan terkesan tidak begitu aktif. Tim PMKK menyarankan untuk mengaktifkan instagram dan membuat akun shopee, tokopedia serta beberapa platform penjualan online yang ada. Tujuan dari saran tersebut adalah memudahkan SPPS menjangkau pasar yang lebih luas, secara nasional maupun internasional (ekspor). Platform pemasaran dan penjualan online misalkan shopee sudah mendukung UMKM Indonesia untuk ekspor, sehingga diharapkan apabila SPPS mengikuti hal tersebut akan memudahkan sistem ekspor produk olahan porang. Namun, masalah yang dihadapi oleh SPPS adalah sumberdaya manusia yang terbatas dan mayoritas adalah petani, sehingga belum bisa memaksimalkan pemasaran online tersebut. Selain itu, izin usaha seperti BPOM belum didapatkan sehingga membuat SPPS mengulur waktu untuk memasuki platform pemasaran online. Namun, kedepan, SPPS akan tetap menggunakan platform online. Tim juga bersedia membantu untuk membimbing hal tersebut. Menambahkan penggunaan platform online bertujuan untuk menambah jangkauan pemasaran. Selain itu, perluasan pasar diharapkan akan meningkatkan penjualan sehingga diperlukan peningkatan skala produksi. Untuk itu, diiringi dengan perluasan jaringan pemasaran, quality control yang lebih baik dan lebih ketat harus diterapkan untuk mempertahankan kualitas produk (Dewati et al., 2021).

SIMPULAN

Strategi pemasaran utama yang disimpulkan adalah penerapan pengendalian mutu dengan menerapkan cara produksi pangan yang baik, agar menghasilkan produk yang higienis. Strategi kedua adalah perluasan jangkauan pemasaran hingga ke pasar ekspor, dengan cara promosi di media sosial menggunakan brosur dan bergabung ke dalam platform pemasaran online seperti shopee karena telah mendukung ekspor produk UMKM. Adapun saran untuk lanjutan kegiatan adalah dilaksanakannya penelitian bertema strategi pemasaran yang mendalam yang merinci faktor-faktor internal eksternal yang dimiliki SPPS.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo yang telah memberi dukungan dana pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aditriandi, M. (2022). *Kondisi Porang dan Produk Olahan Porang di Indonesia*. <https://agro.kemenerin.go.id/artikel/6519-kondisi-porang-dan-produk-olahan-porang-di-indonesia>
- Dewati, R. ;, Harinta, Y. W. ;, & Setyarini, A. (2021). PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN JAHE DI KECAMATAN JENAWI KABUPATEN KARANGANYAR (STUDI KASUS KELOMPOK WANITA TANI DESA SIDOMUKTI) GINGER. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5, 1107–1114.
- Dewati, R., & Saputro, W. A. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Herbal Di Kabupaten Sukoharjo. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 144. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i2.889>
- Laraswarni, W. (2019). *Pentingnya Sertifikat Untuk Peningkatan Mutu Dan Keamanan Pangan Available*. <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/70356/Pentingnya-Sertifikat-Untuk-Peningkatan-Mutu-Dan-Kemampuan-Pangan-/>
- Mamuaja, C. F. (2016). Pengawasan Mutu Dan Keamanan Pangan. In *Unsrat Press*. Unsrat Press.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2001). *Riset Pemasaran Kontemporer* (Jilid I). Salemba Empat.
- Oktaviani, N. N. N., & Yasa, P. G. A. S. (2022). Urgensi Legalitas Usaha Bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 504–511. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>
- Rizky, H. S., Putri, I. S., & DKW, Y. T. (2021). Pemanfaatan Smartphone Dan Media Sosial Untuk Promosi Online Serta Aplikasi Pembukuan Guna Memaksimalkan Kemajuan Teknologi Pada Umkm Di Kelurahan Joglo, Kecamatan Banjarsari. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.32585/ijecs.v2i1.1393>
- Sulistiyo, R. H., & Soetopo, L. (2014). Eksplorasi Dan Identifikasi Karakter Morfologi Porang (*Amorphophallus muelleri* B .) Di Jawa Timur Eksploration And Identification Morphological Character Of Elephant Yam (*Amorphophallus muelleri* B .) In East Java. *Jurnal Produksi Tanaman*, 3(5), 353–361.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Aniek, I. (2020). *Digital Marketing* (N. Ar. Fransiska (ed.); Cetakan Pe). Edulitera. <http://repository.um.ac.id/1150/>