

DIGITAL MARKETING UNTUK PRODUK UNGGULAN NAGARI BUKIK BATABUAH KABUPATEN AGAM

Rian Ferdian ^{*)}, Ratna Aisuwarya, Mohammad Hafiz Hersyah, Rahmi Eka Putri, Dodon Yendri, Werman Kasoep, Lathifah Arief, Derisma, Desta Yolanda, Nefy Puteri Novani

Fakultas Teknologi Informasi Universitas Andalas

^{*)} Email: rian.ferdian@fti.unand.ac.id

ABSTRAK

Produk unggulan nagari adalah produksi utama sebuah nagari dimana sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup pada produk tersebut. Nagari Bukik Batabuah terkenal dengan produksi unggulan masyarakatnya berupa Susu Kambing. Produk unggulan nagari ini memiliki citra rasa khas dan kualitas yang baik, akan tetapi produk-produk unggulan nagari ini masih hanya dikenal oleh kalangan terbatas dan dipasarkan dalam ruang lingkup yang kecil. Industri susu kambing di nagari Bukik Batabuah di bawah unit pengolahan susu (UPS) kelompok tani Rantiang Ameh. Susu kambing sudah memiliki pasar tersendiri dikarenakan khasiatnya yang banyak untuk kesehatan. Susu kambing dipercaya dapat menyembuhkan penyakit asma, gangguan pernapasan, asam urat, diabetes, osteoporosis, rematik dan mag. UPS Rantiang Ameh baru berproduksi tahun 2014 saat ini pemasarannya menyerap 30 L susu kambing per harinya. Masih rendahnya pengetahuan produsen industri di nagari tentang penggunaan media website, sosial media dan market place menjadikan wilayah pemasaran produk unggulan nagari tidak mengalami perkembangan yang berarti dalam jangka waktu 5 tahun belakangan. Oleh karena itu, pada pengabdian masyarakat ini, program studi Sistem Komputer berencana untuk mengenalkan pemanfaatan digital marketing untuk produk unggulan nagari di Nagari Bukik Batabuah, Kabupaten Agam.

Kata Kunci: ternak kambing, susu kambing, pemasaran digital, website

Digital Marketing for Superior Products Nagari Bukik Batabuah Agam District

ABSTRACT

The Nagari feature product is the primary production of a Nagari where most of the people depend on it. Nagari Bukik Batabuah is famous for its superior products in the form of Goat Milk. These feature Nagari products have a distinctive taste and good quality images. However, these excellent Nagari products are still only known by a limited circle and are marketed in a small scope. The goat milk industry in Bukik Batabuah is under the milk processing unit (UPS) of the Rantiang Ameh farmer group. Goat milk already has its market because of its many benefits for health. Goat milk is believed to cure asthma, respiratory problems, gout, diabetes, osteoporosis, rheumatism, and ulcers. UPS Rantiang Ameh only started production in 2014, and currently, its marketing absorbs 30 L of goat's milk per day. The low level of knowledge of industrial producers in the Nagari regarding the use of websites, social media, and marketplace media has made the marketing area for superior products in the Nagari not experience significant development in the past five years. Therefore, in this community service, the Computer Systems study program plans to introduce the use of digital marketing for superior Nagari products in Nagari Bukik Batabuah, Agam Regency.

Keyword: Goat farming, Goat milk, digital marketing, website

PENDAHULUAN

Produk unggulan nagari adalah produksi utama sebuah nagari dimana sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup pada produk tersebut

(Aisuwarya, 2019). Nagari Bukik Batabuah terkenal dengan produksi unggulan masyarakatnya berupa Susu Kambing (Chafey, 2012). Produk unggulan nagari ini memiliki citra rasa khas dan kualitas yang baik, akan tetapi produk-produk unggulan nagari ini masih hanya dikenal oleh kalangan terbatas dan dipasarkan dalam ruang lingkup yang kecil (Khairul U, 2018).

Industri susu kambing di nagari Bukik Batabuah di bawah unit pengolahan susu (UPS) kelompok tani Rantiang Ameh. Gambar produk susu yang dijual dapat dilihat pada Gambar 2. Susu kambing sudah memiliki pasar tersendiri dikarenakan kasiatnya yang banyak untuk kesehatan. Susu kambing dipercaya dapat menyembuhkan penyakit asma, gangguan pernapasan, asam urat, diabetes, osteoporosis, rematik dan mag. UPS Rantiang Ameh baru memproduksi tahun 2014 saat ini pemasarannya menyerap 30 L susu kambing per harinya. Unit pengolahan susu (UPS) kambing rantiang ameh telah memiliki produk yang berkualitas dengan izin BPOM dengan brand Capri Gold seperti yang terlihat pada Gambar 1. Caprigold telah memiliki reseller di daerah Medan, Padang dan Pekan Baru.



Gambar 1. Susu Kambing Capri Gold Rantiang Ameh

Terdapat beberapa masalah pada pemasaran susu Caprigold (Suci, 2017). Masih melekatnya stigma negatif tentang susu kambing di masyarakat, dicoba untuk dihilangkan dengan membuat website (<http://www.caprigold.id>) untuk mengedukasi calon pembeli tentang keuntungan membeli produk susu kambing caprigold (Suyitman, 2019). Pemanfaatan iklan online untuk mengenalkan susu kambing dan menggaet calon pembeli baru. Pemanfaatan online market place untuk menjangkau pemasaran ke seluruh Indonesia.

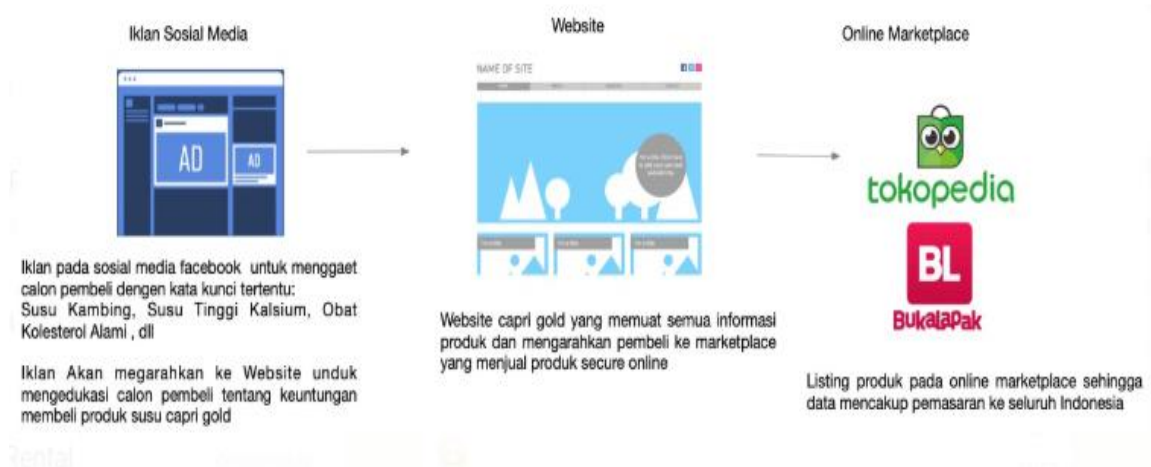
METODE

Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 tahapan eksekusi. yaitu survei lapangan, implementasi sistem pemasaran digital (Kiani R, 1998) dan umpan balik.

Survei lapangan dilaksanakan dengan wawancara terhadap pimpinan UPS rantiang ameh Bapak Febryon Tri Intano. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan semua informasi tentang susu Caprigold yang akan dimasukkan ke dalam website nantinya. Wawancara ini juga bermaksud untuk mendapatkan keunggulan dari susu Caprigold dibandingkan dengan kompetitor yang lain (Likmarisna, 2012). Di sini juga dibahas bagaimana proses pengiriman susu kambing ke seluruh wilayah Indonesia.



Gambar 2. Kegiatan Survei Lapangan



Gambar 3. Rancangan Sistem Pemasaran Digital

Perancangan dan Implementasi dari sistem digitalisasi pemasaran ini dapat dilihat pada gambar 3 di atas. Iklan pada media sosial seperti google diperlukan untuk menggaet calon pembeli yang tertarik dengan susu kambing, dan mengenalkan calon pembeli dengan produk susu kambing. Website dirancang pada domain (<http://caprigold.id>), website memuat semua informasi yang akan mengedukasi calon

pembeli tentang manfaat susu kambing dan keunggulan susu kambing dibandingkan dengan susu sapi. Pada website ini juga ditonjolkan kelebihan dari susu kambing caprigold dengan kompetitor yang lain. Website juga akan mengarahkan calon pembeli ke online marketplace seperti bukalapak dan tokopedia, sehingga wilayah pemasaran ke seluruh Indonesia dapat dicapai.

Tahapan terakhir adalah survei umpan balik untuk mendapatkan respon dan koreksi dari UPS Rantiang Ameh tentang sistem pemasaran digital yang telah diimplementasikan. Survei ini juga untuk mendapatkan input dan saran perbaikan dari UPS rantiang ameh untuk sistem pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil survei pertama yang dilakukan seperti yang terlihat pada Gambar 4. didapatkan beberapa informasi yang akan dimasukkan ke dalam website sebagai manfaat dari mengkonsumsi susu kambing diantaranya sebagai berikut. Susu kambing sangatlah baik untuk kesehatan jantung, karena memiliki kadar kalsium yang sangat tinggi. Dengan mengkonsumsi secara teratur dapat melancarkan sistem peredaran darah, mengurangi risiko stroke, mengatur tekanan darah serta menolong dari penyakit aterosklerosis atau radang pembuluh darah. Susu kambing memiliki kandungan Flourin dan Betakasein tinggi yang bermanfaat bagi mereka yang memiliki masalah pernapasan.

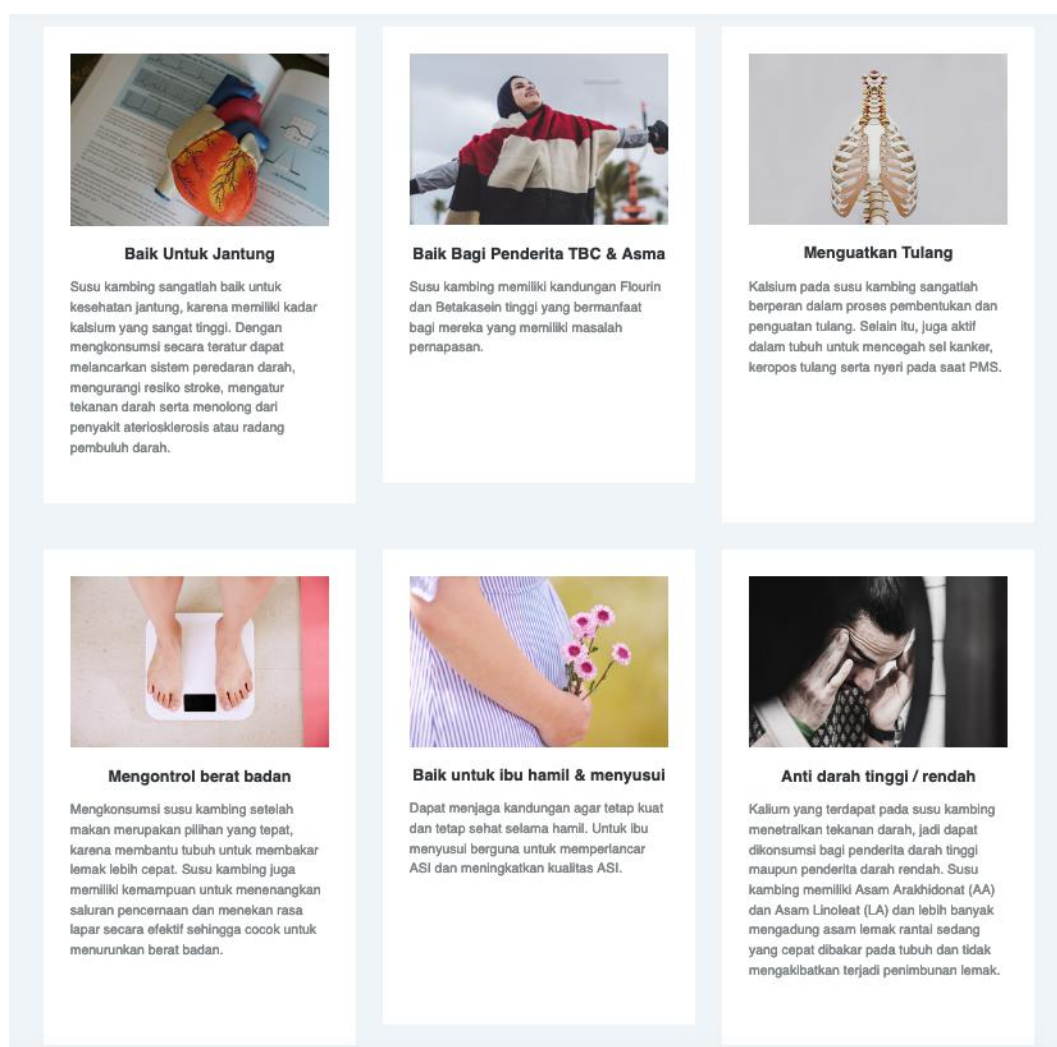


Gambar 4. Survei Lapangan

Kalsium pada susu kambing sangatlah berperan dalam proses pembentukan dan penguatan tulang. Selain itu, juga aktif dalam tubuh untuk mencegah sel kanker, keropos tulang serta nyeri pada saat PMS. Mengkonsumsi susu kambing setelah makan merupakan pilihan yang tepat, karena membantu tubuh untuk membakar lemak lebih cepat. Susu kambing juga memiliki kemampuan untuk menenangkan saluran pencernaan dan menekan rasa lapar secara efektif sehingga cocok untuk menurunkan berat badan. Dapat menjaga kandungan agar tetap kuat dan tetap sehat selama hamil. Untuk ibu menyusui berguna untuk memperlancar ASI dan meningkatkan kualitas ASI. Kalium yang terdapat pada susu kambing menetralkan tekanan darah, jadi dapat

dikonsumsi bagi penderita darah tinggi maupun penderita darah rendah. Susu kambing memiliki Asam Arakhidonat (AA) dan Asam Linoleat (LA) dan lebih banyak mengandung asam lemak rantai sedang yang cepat dibakar pada tubuh dan tidak mengakibatkan terjadi penimbunan lemak (Saleh, 2004).

Keunggulan produk susu kambing ini ditransformasikan ke dalam website dalam menu informasi produk dengan tampilan dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Informasi Manfaat Produk Susu Kambing Pada Website

Pada kegiatan ini juga didapatkan informasi yang menjadikan nilai jual dari produk susu Caprigold. Kelebihan dibandingkan dengan kompetitor, susu Caprigold diolah pada unit pengolahan susu (UPS) khusus yang sesuai dengan syarat bangunan pengolahan susu. Caprigold juga telah memiliki peralatan-peralatan pengolahan susu kambing yang sesuai SNI. Bahan baku susu Caprigold diperoleh dari peternakan sendiri dan peternak binaan yang sudah mempunyai kandang yang bersih dan standar pemerahan yang higienis. Susu Caprigold di pasteurisasi pada suhu optimal yang mematikan bakteri merugikan tanpa mengutangi nilai gizi dan manfaat dari susu

kambing. Kemasan yang digunakan sudah memiliki level Food Grade (aman untuk pangan). Susu disimpan pada cooling unit dengan suhu optimal untuk menjaga kualitas dan daya tahan. Bahan baku susu Caprigold telah melewati uji kualitas kimia, fisik dan biologi. Susu Caprigold di distribusikan dengan sistem rantai dingin standar pengiriman susu sehingga menjamin susu kambing berkualitas sampai ke tangan konsumen (Dharmmesta, 2014).

Semua informasi di atas dimasukkan ke dalam website pada menu keunggulan dengan tampilan yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Informasi Keunggulan Website Caprigold pada Website

Website juga akan mengarahkan pembeli kepada alamat marketplace yang dimiliki oleh UPS rantiang ameh pada Tokopedia yang dapat ditunjukkan pada Gambar 7 berikut. Pada bagian ini calon pembeli juga dapat mengontak UPS rantiang ameh melalui whatsapp.

Untuk menarik calon pembeli baru iklan pada mesin pencari google juga diterapkan sehingga pembeli yang tertarik dengan produk susu kambing atau khasiat yang ditawarkan oleh susu kambing dapat diarahkan ke alamat website susu Caprigold (<http://caprigold.id>). Tampilan iklan yang dijalankan pada mesin pencari google dapat dilihat pada Gambar 8 berikut ini (Martiman, 2014).



Gambar 7. Tampilan Website Yang Mengarahkan Calon Pembeli Ke Marketplace



Gambar 8. Tampilan Iklan Susu Caprigold di Mesin Pencari Google.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan perancangan dan implementasi sistem yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan Sistem yang dirancang membantu UPS Rantiang Ameh untuk mendapatkan calon pelanggan baru dan mengedukasi calon pelanggan agar tidak ragu mengkonsumsi susu kambing. Sistem digital marketing yang dirancang juga dapat meluaskan area pemasaran susu Caprigold mencakup seluruh wilayah Indonesia. Website yang diimplementasikan juga dapat mengkomunikasikan semua kegiatan UPS Rantiang Ameh kepada Masyarakat.

Beberapa saran dari kegiatan ini diharapkan website dapat ditambahkan dengan fitur CMS (content management system) sehingga UPS Rantiang Ameh dapat melakukan update sendiri. Beberapa gambar perlu ditingkatkan resolusinya dan

diperbagus desain sehingga memberikan pengalaman yang unik pada calon pembeli.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Andalas yang telah membiayai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini serta kepada Unit Pengolahan Susu Rantiang Ameh Nagari Bukik Batabuah yang telah berkenan menjadi lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Chafey D. & Ellis Chadwick. 2012. Digital Marketing strategy, implementation and practice, UK: Pearson.
- Aisuwarya R, 2019, Implementasi teknologi RFID (Radio frequency identification) untuk recording data ternak sapi. *Jurnal Hilirisasi IPTEK*, 9 (1): 1-13.
- Kiani R, G., 1998. Marketing opportunities in the digital world. *Internet Research*, 8 (2): 185-194.
- Saleh, Eniza., 2004. Teknologi pengolahan susu dan hasil ikutan ternak. Online <http://library.usu.ac.id/download/fp/ternak-eniza.pdf>.
- Khairul, U., Trizelia, T., dan Reflin, R. 2018. Pemberdayaan Kelompok tani melalui pelatihan pengendalian hama dan penyakit tanaman kakao di Kanagarian Campago Kabupaten Padang Pariaman. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 1(4): 88-95.
- Limakrisna, N., dan Susilo, W.H. 2012. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis. In *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*.
- Martiman. 2014. Strategi pemasaran barang dan jasa perusahaan melalui media iklan. *Jurnal Ilmiah Widya*.
- Suci, Y.R., Tinggi, S., dan Ekonomi, I. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Suyitman. 2019. Pengelolaan peternakan sapi potong ramah lingkungan. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, Vol.2, No.3a.
- Dharmmesta, B.S. 2014. Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat. *Marketing Management*.