

Optimalisasi Branding dan Pemasaran Biskuit Tanin melalui E-Commerce

Optimalization Branding and Marketing of Tanin Biscuits with E-Commerce

Bety Etikasari¹, Suci Wulandari^{2*}, Nur Muhamad², Niati Ningsih², Alditya Putri Yulinarsari², Adib Norma Respati², Satria Budi Kusuma², Amal Bahariawan³

¹ Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

² Department of Animal Science, Politeknik Negeri Jember

³ Department of Agricultural Technology, Politeknik Negeri Jember

* suci@polije.ac.id

ABSTRAK

Digital marketing saat ini menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha. *Trend* penjualan *online* dapat meningkatkan penjualan produk suatu usaha dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Salah satu usaha UD Kharisma Tunggal yang berfokus pada penjualan produk pakan ternak juga membutuhkan teknologi ini untuk melakukan optimalisasi *branding* dan pemasaran terutama ketika UD Kharisma Tunggal mengeluarkan produk pakan ternak dengan teknologi pakan yang baru, tentu saja masyarakat membutuhkan informasi terkait produk tersebut. Tujuan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk mengimplementasikan *website E-Commerce* pada UD Kharisma Tunggal. Metode pelaksanaan terdiri dari: identifikasi permasalahan, pengembangan aplikasi, pengujian aplikasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil berupa *website E-Commerce* sebagai optimalisasi branding dan pemasaran biskuit tanin dapat digunakan oleh UD Kharisma Tunggal dalam menjalankan usaha pakan ternak sehingga jangkauan target pasar dapat lebih luas yang terdiri dari fitur: halaman beranda, tentang kami, produk, artikel, dan FAQ. Pelanggan akan terhubung ke *whatsapp* dan *shopee* untuk melakukan pembelian pakan ternak melalui halaman produk. Website ini telah dilakukan pengujian fungsionalitas dengan hasil 100% dapat digunakan dengan baik.

Kata kunci — Biskuit tanin, Website E-Commerce, Branding, Pemasaran

ABSTRACT

Digital marketing is currently one of the strategies that can be used in running a business or enterprise. The trend of online sales can increase sales of a business's products with a wider marketing reach. One of UD Kharisma Tunggal's businesses that focuses on selling animal feed products also needs this technology to optimize branding and marketing, especially when UD Kharisma Tunggal releases animal feed products with new feed technology, of course the public needs information related to the product. The purpose of this Community Service is to implement an E-Commerce website at UD Kharisma Tunggal. The implementation method consists of: problem identification, application development, application testing, training, mentoring, and evaluation. The results in the form of an E-Commerce website as an optimization of branding and marketing of tannin biscuits can be used by UD Kharisma Tunggal in running an animal feed business so that the target market reach can be wider consisting of features: home page, about us, products, articles, and FAQ. Customers will be connected to WhatsApp and Shopee to make animal feed purchases through the product page. This website has been tested for functionality with 100% results that can be used properly.

Keywords — Tanin biscuit, website E-Commerce, branding, marketing

OPEN ACCESS

© 2021. Bety Etikasari, Suci Wulandari, Nur Muhamad, Niati Ningsih, Alditya Putri Yulinarsari, Adib Norma Respati, Satria Budi Kusuma, Amal Bahariawan



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Permasalahan yang dihadapi di dunia peternakan ruminansia di Indonesia utamanya adalah kualitas hijauan yang rendah dibandingkan dengan hijauan di daerah 4 musim. Saat musim kemarau, ternak ruminansia tidak jarang diberi pengganti hijauan pakan yang rendah nutrisi. Sapi jenis *Bos taurus* dan ternak ruminansia lainnya sering dipelihara oleh peternak, namun untuk mencapai produksi yang optimal tidak bisa hanya dipenuhi dari pakan kualitas rendah, jika harus memberi tambahan konsentrat akan memberatkan biaya produksi. Kondisi ini harus segera diatasi dengan keterlibatan perguruan tinggi vokasi (PTV) dengan menerapkan hasil teknologi aplikatif berupa biskuit tanin. Biskuit Tanin merupakan suplemen berserat dengan tinggi nutrisi (PK=18-19%, TDN 62-65%) dan kandungan mineralnya lengkap untuk kebutuhan ternak ruminansia.

Biskuit Tanin merupakan suplemen berserat yang mengandung tanin, dimana selama ini suplemen ternak ruminansia tidak atau sangat rendah serat, sedangkan serat sangat diperlukan oleh ternak ruminansia. Istimewanya lagi Biskuit Tanin ini nutriennya terlindungi (*protein bypass*) dari degradasi mikrobial rumen sehingga langsung bisa dimanfaatkan oleh ternak.

Tanin merupakan senyawa fenolik hasil metabolisme sekunder tanaman yang mampu membentuk ikatan kompleks dengan protein golongan fenol [1]. Untuk itu tanin berperan melindungi protein pakan dari degradasi mikrobial rumen, sehingga nutrisi pakan langsung dapat dimanfaatkan oleh ternak [2].

Teknologi ini juga dilengkapi dengan Pembuatan Web Usaha [3] dan bimbingan teknis *e-commerce* agar produk Biskuit Tanin dapat terinfokan secara luas dan mudah dalam memperolehnya [4], sehingga peternak yang tidak terlibat langsung dapat ikut mendapatkan kemanfaatan dalam peningkatan produksi ternaknya. Disamping itu kemanfaatan bagi mitra UD Kharisma Tunggal sendiri yaitu menambah diversifikasi produk usahanya serta perluasan pemasaran, dan pada akhirnya akan dapat memperbesar usahanya.

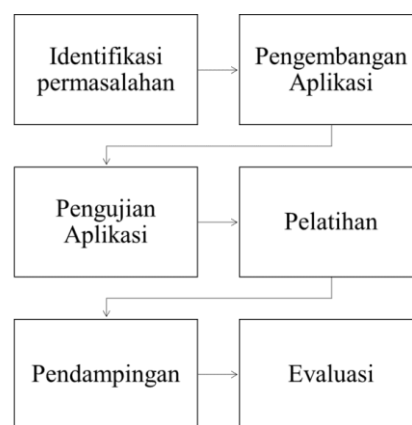
UD. Kharisma Tunggal sebagai mitra pengabdian tim Polije mempunyai usaha yang bergerak dibidang pakan ternak ruminansia sejak

tahun 2013 dan mempunyai binaan peternak sapi potong, domba, dan toko *poultry*. Untuk itu mitra merasa memiliki tanggung jawab dalam memajukan usaha peternak binaannya melalui *corporate social responsibility* (CSR) dengan meminta tim pengabdian Polije mengaplikasikan teknologi yang telah dimilikinya.

Atas dasar tersebut diatas maka tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengimplementasi suplemen 'Biskuit Tanin' untuk ternak ruminansia yang dibuat dari bahan baku lokal yang mudah diperoleh, sekaligus optimalisasi pemasaran mitra melalui *e-commerce*.

2. Metodologi

Tahapan dalam optimalisasi *branding* dan pemasaran melalui *E-Commerce* yang terdiri dari identifikasi permasalahan, pengembangan aplikasi, pengujian aplikasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Pengabdian kepada Masyarakat

2.1. Identifikasi permasalahan

Tahap identifikasi permasalahan merupakan kegiatan awalan yang dilakukan pada mitra untuk mengetahui permasalahan yang ada di mitra terkait penjualan produk pakan ternak dengan melakukan wawancara dengan UD Kharisma Tunggal.

2.2. Pengembangan aplikasi

Tahap pengembangan aplikasi *E-Commerce* berbasis *website* digunakan sebagai optimalisasi *branding* usaha UD Kharisma Tunggal dengan mengimplementasikan *platform E-Commerce* yaitu *Shopee*.

2.3. Pengujian aplikasi

Tahap pengujian aplikasi dilakukan untuk memastikan fungsionalitas apakah masih ada kekurangan atau *error* pada sistem. Sistem akan di uji menggunakan metode *black-box testing* untuk melakukan pengujian fungsionalitas dari sistem apakah sudah berjalan dengan yang diharapkan atau tidak [5].

2.4. Pelatihan

Tahap pelatihan dilakukan untuk memberikan pengetahuan teknis tentang penggunaan aplikasi *E-Commerce* dan buku manual sistem yang ditunjukkan kepada mitra usaha atau pelanggan pakan ternak dari UD Kharisma Tunggal. Pelatihan menjadi salah satu tahapan penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mengenalkan dan transfer pengetahuan tentang teknologi kepada mitra [6].

2.5. Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan untuk memberikan kemampuan teknis penggunaan aplikasi *E-Commerce* kepada hak akses admin yang ada di UD Kharisma Tunggal. Hal ini dilakukan bertujuan untuk keberlanjutan *website* yang telah dikembangkan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selesai [7].

2.6. Evaluasi

Tahap evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UD Kharisma Tunggal.

3. Pembahasan

Berdasarkan setiap tahap yang telah dilaksanakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini, maka hasil tahapan diuraikan sebagai berikut:

3.1. Identifikasi permasalahan

Hasil wawancara dengan UD Kharisma Tunggal menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala pemasaran yang dihadapi yaitu:

1. UD Kharisma Tunggal saat ini belum mengimplementasikan *digital marketing* dalam usaha penjualan pakan ternaknya.
2. UD Kharisma Tunggal selama ini masih menggunakan *whatsapp* atau telepon untuk penjualan sehingga hanya lingkup pelanggan yang sudah mengetahui pakan ternak saja yang menjadi konsumen.

3. UD Kharisma Tunggal membutuhkan *website E-Commerce* untuk *branding* dan pemasaran yang lebih luas.

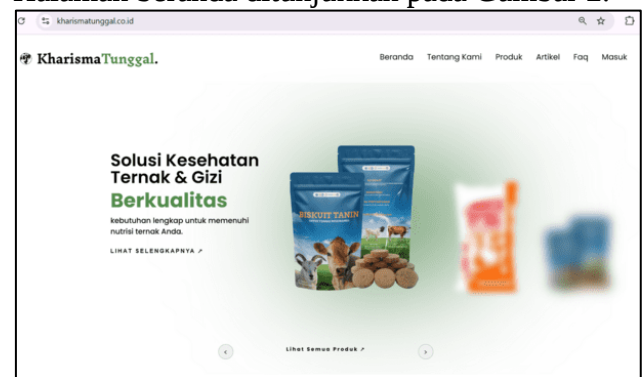
Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa solusi yang dapat diberikan kepada UD Kharisma Tunggal adalah menerapkan *digital marketing* melalui *E-Commerce* dan *shopee* [8].

3.2. Pengembangan aplikasi

Hasil pengembangan aplikasi terdiri dari dua hak akses pengguna yaitu *user* dan *admin*. *User* merupakan masyarakat calon konsumen sedangkan *admin* merupakan karyawan yang disiapkan oleh UD Kharisma Tunggal dalam melakukan pengoperasian dan manajemen konten yang ada di *E-Commerce*. *Website E-Commerce* dapat diakses melalui tautan: <https://kharismatunggal.co.id/>.

1. Hak Akses sebagai User

Hak akses sebagai *user* terdiri dari halaman beranda, tentang kami, produk, artikel, dan FAQ. Halaman beranda ditunjukkan pada Gambar 2.



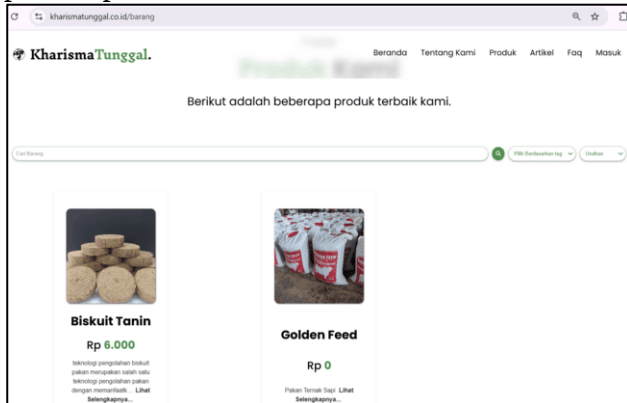
Gambar 2. Halaman beranda user

User dapat melihat tentang usaha UD Kharisma Tunggal pada fitur halaman tentang kami yang ditunjukkan pada Gambar 3.

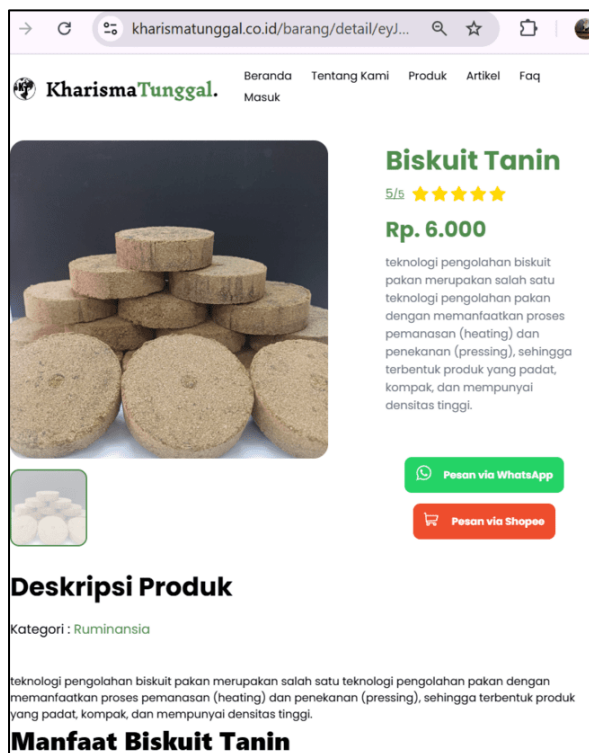


Gambar 3. Halaman tentang kami user

User dapat melihat produk-produk yang dijual oleh UD Kharisma Tunggal di halaman produk dan dapat melakukan pembelian produk melalui halaman *detail* produk tersebut yang terhubung dengan *whatsapp* dan *platform E-Commerce* berupa *shopee*. Halaman produk ditunjukkan pada Gambar 4 dan halaman *detail* produk pada Gambar 5.

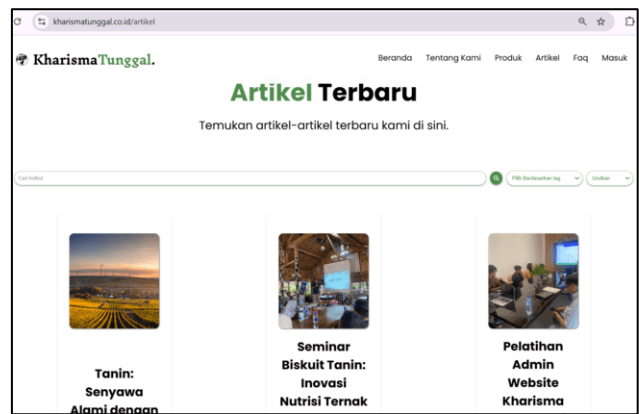


Gambar 4. Halaman produk user



Gambar 5. Halaman *detail* produk user

Website ini juga memberikan layanan kepada user terkait informasi edukasi melalui artikel yang terdapat pada fitur halaman artikel yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Halaman artikel user

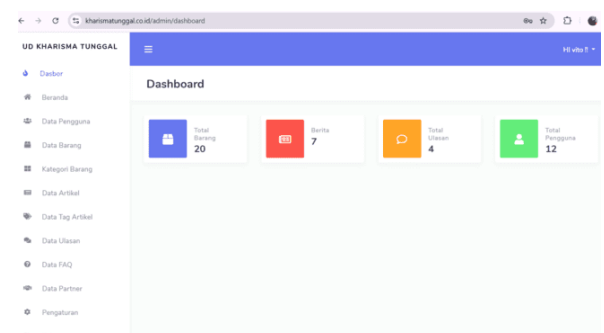
Untuk memudahkan user dalam penggunaan website *E-Commerce* ini juga menyediakan fitur tanya jawab pada halaman FAQ. Halaman FAQ ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman FAQ user

2. Hak Akses sebagai Admin

Hak akses sebagai *admin* bertujuan untuk melakukan manajemen konten yang ada di website *E-Commerce*. Terdapat beberapa fitur pada hak akses *admin* yaitu halaman *login*, halaman beranda, data pengguna, data barang, kategori barang, data artikel, data tag artikel, data ulasan, data FAQ, data partner, pengaturan, dan keluar. Halaman beranda pada *admin* ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Halaman beranda *admin*

Hilvito

Data Barang

[Dashboard](#) / Data Barang

Tambah Barang +

Show 10 entries Search

No.	Nama Barang	Deskripsi Singkat	Deskripsi Barang	Harga Barang	Link Shopee	Gambar	Kategori	Status
1	Biskuit Tarin	teknologi pengolahan biskuit pakan merupakan salah satu teknologi pengolahan pakan dengan memanfaatkan Ulat Selengkapnya	data-sourceops="51-5363">teknologi pengolahan Ulat Selengkapnya	6,000.00	Shopee Link		Nutrisi	Tempo
2	Golden Pakan Temak	<b1>Komposisi<p>	0.00	Shopee		Nutrisi	Tempo	

Data Artikel

[Dashboard](#) / Data Artikel

Data Artikel
+ Tambah Artikel

Show 10 entries

Search:

No.	Judul	Deskripsi Singkat	Isi	Gambar	Tags	Aksi
1	Tanin Senyawa Alam dengan Segudang Manfaat	Biskuit tanin merupakan hasil reisel dari Jurusan Peternakan Politeknik Negeri Jember, sebuah produk suplemen pakan ternak yang memiliki kualitas unggul dan kaya manfaat. Dibuat dengan menggunakan bahan-bahan lokal pilihan, biskuit tanin diformulasikan khusus untuk memenuhi kebutuhan nutrisi ternak ruminansia seperti sapi.	Jember, 24-08-2024 Dalam upaya meningkatkan kual...			

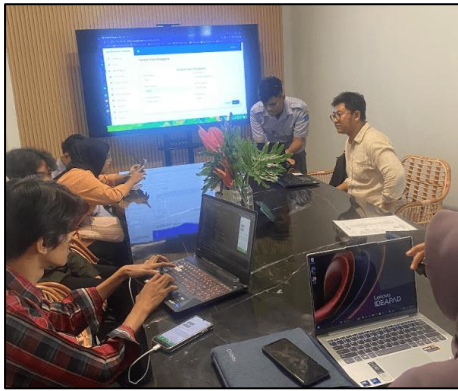
Kegiatan pelatihan dilakukan kepada mitra usaha UD Kharisma Tunggal yaitu peternak sapi dan domba yang sudah berlangganan dalam pemenuhan kebutuhan pakan bagi ternak mitra. Pelatihan pertama dilakukan pada Bgios Farm yang berfokus pada pertanian dan peternakan domba. Kegiatan pelatihan pada Bgios Farm ditunjukkan pada Gambar 11.



Kegiatan pelatihan selanjutnya dilakukan di peternakan Bago Mulyo yang berfokus pada ternak sapi. Pelatihan *E-Commerce* di Peternakan Bago Mulyo ditunjukkan pada Gambar 12.



Kegiatan pendampingan dilakukan pada admin yang ada di UD Kharisma Tunggal dengan tujuan untuk melatih dan mendampingi admin yang akan melakukan manajemen konten yang ada pada *website E-Commerce*. Dari kegiatan pendampingan ini diharapkan setelah proses pengabdian kepada masyarakat selesai maka UD Kharisma Tunggal tetap dapat memanfaatkan teknologi *E-Commerce* ini untuk usaha pakan ternaknya dan menerapkan *digital marketing*. Salah satu kegiatan pendampingan ditunjukkan pada Gambar 13.



Gambar 13. Pendampingan *admin* UD Kharisma Tunggal

3.6. Evaluasi

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa tahap pengabdian kepada Masyarakat optimalisasi *branding* dan pemasaran biskuit tanin melalui E-Commerce telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah ditetapkan. Umpan balik yang didapatkan dari mitra pengabdian yaitu UD Kharisma Tunggal bahwa *website E-Commerce* ini dapat bermanfaat untuk usaha pakan ternak karena dapat menjangkau konsumen di luar wilayah daerah Jember terutama untuk mengenalkan teknologi pakan ternak terbaru berupa biskuit tanin ke para peternak yang ada di Jember dan diluar Jember.

4. Kesimpulan

Website E-Commerce sebagai optimalisasi *branding* dan pemasaran biskuit tanin dapat digunakan oleh UD Kharisma Tunggal dalam menjalankan usaha pakan ternak sehingga jangkauan target pasar dapat lebih luas. *Website E-Commerce* telah melalui tahap pengujian fungsionalitas menggunakan *black box testing* menunjukkan berhasil 100%. Fitur utama yang terdapat pada website ini meliputi: halaman beranda, tentang kami, produk, artikel, dan FAQ. Pelanggan akan terhubung ke *whatsapp* dan *shopee* untuk melakukan pembelian pakan ternak melalui halaman produk.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dari penulis kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi sebagai pemberi dana dalam program Dana Padanan 2024, Politeknik Negeri Jember dan UD Kharisma Tunggal sebagai mitra dalam pengabdian kepada masyarakat.

6. Daftar Pustaka

- [1] T. V. C. Nascimento et al., 'Effects of condensed tannin-amended cassava silage blend diets on feeding behavior, digestibility, nitrogen balance, milk yield and milk composition in dairy goats', *Animal*, vol. 15, no. 1, Jan. 2021, doi: 10.1016/j.animal.2020.100015.
- [2] S. Wulandari, N. Ningsih, A. P. Yulinarsari, N. Muhamad, S. B. Kusuma, and A. Bahariawan, 'Production Performance and Rumen Fermentation of Male Ettawah Crossbred Silage Supplemented with Tannins', *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, vol. 34, no. 2, pp. 230–237, Aug. 2024, doi: 10.21776/ub.jiip.2024.034.02.10.
- [3] S. Santoso, I. A. Sitanggang, and G. Melisa, 'Perancangan Perancangan Website E-Commerce Ineed.Id', *Jurnal Teknik Informatika*, vol. 14, no. 1, pp. 19–23, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/informatika/article/view/1915>
- [4] B. P. H. Karimah, D. Priharsari, and Tibyani, 'Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 6, no. 3, pp. 1298–1305, 2022, [Online]. Available: <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-tiik/article/view/10784>
- [5] S. Jain and P. Purandare, 'Study of the Usability Testing of E-Commerce Applications', in *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing Ltd, Jul. 2021. doi: 10.1088/1742-6596/1964/4/042059.
- [6] D. Anggit Wicaksana, F. Wahyu Christanto, and A. Novita Putri, 'Pelatihan dan Implementasi Shopee Partner dalam Optimalisasi Penjualan Kampung Jawi Semarang', *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, vol. 2, no. 4, Oct. 2024, doi: <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i4.1104>.
- [7] I. R. Wahyiah et al., 'Pendampingan kepada Masyarakat Desa Sukajadi Kecamatan Carita dalam Penjualan Kerupuk Ikan Pindang di Marketplace Shopee', *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat*, vol. 2, no. 2, 2024, doi: <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i2.2131>.
- [8] S. Sumartini Putri and R. Artikel, 'Pemanfaatan Digital Marketing Shopee dan Shopee Live sebagai Optimalisasi Pemasaran Fashion Muslimah "Gamaleea" dalam Meningkatkan Omset Penjualan UMKM', *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, vol. 1, no. 8, pp. 448–458, Oct. 2024, doi: <https://doi.org/10.62335/3c7c8961>.