

LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT



PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA DAN PASAR
BERBASIS JARINGAN BAGI PRODUK-PRODUK AGRO DAN AGROFORESTRY
PADA PT. SUKOBI AROMA INDONESIA JEMBER

Oleh:

Ariwan Joko. N, SE, MM	(KETUA)
NIP 196910071999021001	
Drs. Ketut Indraningrat, M.Si	(ANGGOTA)
NIP 196107101989021002	
Chairul Saleh, SE, M.Si	(ANGGOTA)
NIP 196903061999031001	

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019

RINGKASAN

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA DAN PASAR BERBASIS JARINGAN BAGI PRODUK-PRODUK AGRO DAN AGROFORESTRY PADA PT. SUKOBI AROMA INDONESIA JEMBER

Pelaksana:

Ariwan Joko Nusbantoro, SE., MM
Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
Chairul Saleh, SE, M.Si

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut : (a) menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang informasi internet dan ragam media sosial ; (b) menghasilkan *konsep marketing* yang inovatif (c) menghasilkan sumber daya manusia yang mampu melakukan pengembangan pasar melalui berbagai macam media sosial ; (d) menghasilkan efektifitas sistem pengembangan pasar melalui system jejaring ; (e) mensosialisasikan manfaat sebuah media sosial bagi para pengusaha agar tidak tergusur oleh liberalisasi perdagangan maupun globalisasi ekonomi ; (f) meningkatkan kredibilitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Peluang sebuah perusahaan yang ingin mengembangkan pasar melalui media social dan jejaring yang ada di dalamnya masih sangat terbuka luas. Dahulu, masih banyak pemilik usaha kecil yang berpikir bahwa menggunakan media social dan memanfaatkan jejaring yang ada di dalamnya bagi bisnisnya itu belum begitu penting. Menurut kami hal tersebut merupakan anggapan yang salah karena media social dan jejaring yang ada di dalamnya merupakan sumberdaya teknologi informasi terbaik saat ini yang bisa diolah sebagai sarana pertukaran informasi kepada konsumen atau klien atau *stakeholder* lainnya secara mudah, cepat, dan tanpa batas jarak maupun waktu. Artinya, konsumen maupun calon konsumen akan dengan sangat mudah untuk mendapatkan informasi bisnis maupun perusahaan secara lengkap dan akurat hanya dengan mencari melalui komputer yang terkoneksi dengan internet, atau bahkan hanya dengan gadget mereka kapanpun dan dimanapun.

Kata kunci : Media Sosial, Jejaring, pengembangan, pasar

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan hidayahNya, kami telah dapat menyelesaikan Laporan Kegiatan Pengabdian Masyarakat **”Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Usaha dan Pasar Berbasis Jaringan bagi Produk-produk Agro dan Agroforestry pada P.T Sukobi Aroma Indonesia Jember”**

Laporan ini disusun berdasarkan materi yang disampaikan pada PT. Sukobi Aroma Indonesia yang mencakup masalah-masalah pengembangan pasar dengan media social dan Jejaring yang ada di dalamnya.

Dalam kesempatan ini pula, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Asti, selaku Direktur Utama PT. Sukobi Aroma Indonesia Jember.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu terselesainya pembuatan laporan ini.

Akhirnya tidak lupa kami mohon maaf pada Pimpinan. Jajaran Manajemen dan mitra, manakala dalam pelaksanaan **”Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Usaha dan Pasar Berbasis Jaringan bagi Produk-produk Agro dan Agroforestry pada PT. Sukobi Aroma Indonesia Jember** terdapat hal-hal yang kurang sempurna. Harapan kami semoga kegiatan pengabdian ini bermanfaat bagi masyarakat.

Jember, 20 Desember 2019

Tim Penyusun

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2001. *Marketing Management*. Terjemahan. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Sutarto. 2004. *Teori Organisasi*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- , 1996. *Majalah Info Komputer*, edisi khusus masalah internet tahun 1996
- , 1996. *Kuliah Umum Internet di Tricom* tanggal 24 November 1996
- , 1998. *Suplemen Harian Media Indonesia mengenai Internet*
- , 1998. *Suplemen Harian Republika mengenai Internet*



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 1. PT. Sukobi Aroma Indonesia



Gambar 2. Pembibitan Nilam



Gambar 3. Tanaman Nilam



Gambar 4. Penjemuran Nilam



Gambar 5. Proses Penyulingan Nilam PT. Sukobi



Gambar 6. Persiapan Pengiriman Minyak Nilam



Gambar 7. Minyak Nilam Hasil Produksi PT. Sukobi



Gambar 8. Sosialisasi Penggunaan Media Sosial dan Internet

