

PEMASARAN JASA INFORMASI HASIL PENELITIAN/PENGAJIAN TEKNOLOGI PERTANIAN

Ida Ruyadi

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Papua Barat
Jl. Base Camp, Kompleks Perkantoran Pemda Papua Barat, Manokwari
E-mail: bptp_papuabar@yahoo.com

ABSTRAK

Pemasaran informasi disini terbatas hanya bidang pemasaran jasa informasi, karena yang dipasarkan produsen kepada pihak konsumen bukan hanya benda yang berwujud, tetapi juga jasa. Dalam konteks BPTP pemasaran informasi hasil penelitian/pengkajian teknologi pertanian diselenggarakan melalui kegiatan diseminasi informasi dan komunikasi dalam bentuk peragaan teknologi, komunikasi tatap muka dan pengembangan informasi. Informasi hasil penelitian/pengkajian perlu dipromosikan kepada khalayak pengguna melalui berbagai kegiatan pemasaran dalam upaya memperkenalkan inovasi teknologi pertanian dengan tujuan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan petani. Dalam rangka ulang tahun Badan Litbang Pertanian, BPTP Papua Barat telah menggelar pameran dengan materi out door yaitu (1) Demplot VUB padi, jagung, kedele dan sambung samping kakao (2) Percontohan Model Kawasan Rumah Pangan Lestari (MKRPL). Sementara materi in door yaitu (1) Gelar peralatan laboratorium tanah dan diseminasi (2) Mengenal perpustakaan digital Badan Litbang Pertanian dan Materi Informasi Hasil Pengkajian BPTP Papua Barat. Dari hasil wawancara serta kesan dan pesan yang ditulis pada buku kunjungan diperoleh data sebagai berikut : 32% pengunjung terkesan pada materi demplot VUB padi, jagung, kedele, dan peragaan sambung samping tanaman kakao, 26% terkesan pada peralatan laboratorium dan diseminasi, 22% terkesan pada materi MKRPL, sisanya sebanyak 20% terkesan pada perpustakaan digital yang dikembangkan Badan Litbang Pertanian dan materi informasi hasil litkaji BPTP Papua Barat.

Kata Kunci : *pemasaran, informasi, penelitian/pengkajian pertanian*

PENDAHULUAN

Pemasaran informasi adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana didalamnya terdapat individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa saja yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997). Suatu informasi mempunyai peluang untuk digunakan oleh penerimanya apabila secara teknis dapat dilaksanakan, secara ekonomis menguntungkan, dan secara sosial dapat diterima, dan secara lingkungan dapat diterapkan dengan aman. Sebelum pesan informasi teknologi pertanian sampai pada khalayak pengguna akhir, pesan haruslah dikemas terlebih dahulu sesuai bahasa dan kondisi khalayak pengguna akhir.

Dalam konteks BPTP pemasaran informasi hasil penelitian/pengkajian teknologi pertanian diselenggarakan melalui kegiatan diseminasi informasi dan komunikasi dalam bentuk peragaan teknologi,

komunikasi tatap muka dan pengembangan informasi. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Papua Barat sebagai salah satu lembaga riset bidang pertanian yang berada di tingkat wilayah, sesuai tugas pokok dan fungsinya telah melakukan berbagai kegiatan penelitian dan pengkajian di bidang pertanian. Kegiatan penelitian dan pengkajian teknologi pertanian akan berdaya guna dan berhasil guna apabila teknologi hasil penelitian/pengkajian tersebut dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, namun luaran /hasil penelitian dan pengkajian yang berkualitas tinggi tersebut tidak akan banyak manfaatnya jika tidak dikomunikasikan dan didiseminasikan. Coutler (1983) dalam Sulaeman (2003) mengatakan bahwa hasil pengkajian tidak akan memberikan manfaat bagi masyarakat petani apabila tidak digunakan oleh pelaksana usaha taninya.

Informasi hasil penelitian/pengkajian perlu dipromosikan kepada khalayak pengguna melalui berbagai kegiatan pemasaran dalam upaya membantu meningkatkan kesejahteraan petani. Upaya

diseminasi informasi teknologi pertanian dilakukan di berbagai daerah perlu melibatkan instansi teknis dan penyuluh pertanian. Untuk mengetahui hal-hal yang terjadi setelah proses diseminasi dilakukan evaluasi dan umpan balik terhadap teknologi-teknologi yang telah didiseminasikan. Inovasi teknologi akan bermanfaat apabila dapat menjangkau sasaran yang diharapkan dan diterapkan oleh pihak-pihak yang membutuhkan. Rogers, (1983) menyatakan adopsi teknologi dipengaruhi oleh beberapa aspek dari teknologi tersebut yaitu apakah teknologi hasil litkaji dapat memberikan keuntungan relatif yang lebih tinggi dibanding teknologi petani, tingkat kesederhanaan, observabilitas dan kompatibilitas. Berdasarkan hasil pengkajian di setiap lokasi Sistem Usaha Tani terdapat gambaran penggunaan teknologi melalui pendekatan PTT dapat mempercepat adopsi 10-20% dibandingkan dengan metode yang konvensional. (Sulaeman, 2002), Kushartanti (2000) menyatakan bahwa penggunaan media tercetak seperti liptan dan brosur sangat efektif untuk mendiseminasikan teknologi jagung bisma di Jawa Tengah.

KEGIATAN PEMASARAN INFORMASI

Pemasaran informasi adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana didalamnya terdapat individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa saja yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997). Sedangkan Sumarni dan Soeprihanto, (1995) mengatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggan potensial. Dari beberapa pengertian pemasaran tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran informasi itu berintikan seluruh kegiatan organisasi sebuah lembaga yang diarahkan sedemikian rupa untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan. Para ahli di bidang pemasaran konsumen/pengguna/pelanggan

disebut pasar atau pasar sasaran bagi lembaga dimaksud.

Kegiatan pemasaran informasi disini hanya mencakup bidang pemasaran jasa atau pelayanan yang diberikan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen. Seperti kita ketahui bahwa yang disalurkan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen bukan hanya benda yang berwujud saja tetapi juga jasa-jasa. Informasi dianggap sebagai sumber daya karena informasi mirip bahan dan sekaligus produk yang diciptakan oleh kreativitas manusia. Dari tahapan pelaksanaan penelitian dan pengkajian tersebut kegiatan pemasaran informasi merupakan tahapan akhir dari pelaksanaan penelitian dan pengkajian yang akan menentukan efektivitas suatu lembaga dalam hal ini BPTP Papua Barat, terutama dalam pandangan pengguna akhir (petani) dan *stakeholder* yang ada di daerah.

BENTUK PEMASARAN INFORMASI HASIL LITKAJI

Salah satu tugas dan fungsi BPTP Papua Barat, selain melakukan penelitian/pengkajian inovasi teknologi pertanian spesifik lokasi adalah memasarkan/mendiseminasikan informasi hasil penelitian/pengkajian inovasi teknologi pertanian tersebut melalui berbagai metode dan media informasi. Dalam hal transfer informasi BPTP Papua Barat dapat melakukan kegiatan pemasaran diantaranya melalui kegiatan pameran dan pengembangan informasi.

Pameran

Dalam rangka ulang tahun Badan Litbang Pertanian BPTP Papua Barat telah menggelar kegiatan pameran. Secara komunikologis pameran atau exhibition merupakan sarana yang efektif untuk menyebarluaskan suatu pesan kepada pihak sasaran. Dikatakan efektif karena pameran bersifat informatif dan persuasif. Para ahli komunikasi mengatakan seseorang akan mengerti secara memuaskan apabila bukan hanya mendengar dan melihat gambarnya, tetapi juga buktinya. Pameran sebagai sarana komunikasi mampu membuat khalayak ingat dan mengerti. Jack Dove (1993) dalam Effendi (2002) mengatakan pengetahuan

diserap melalui panca indra diperkirakan menurut perbandingan sebagai berikut : 75% melalui penglihatan, 13% perabaan, 6% penciuman, dan 3% pencicipan. Berdasarkan pendapat tersebut khalayak akan memperoleh pengetahuan dari pameran lebih dari 90% sebab pameran mampu menyajikan pengetahuan yang dapat diserap oleh khalayak dengan hampir semua indra. Dalam kegiatan pameran yang harus disiapkan secara matang adalah materi dan tujuan pamerannya apa, serta sasaran/pengunjung pameran siapa.

Materi pameran dalam rangka ulang tahun Badan Litbang Pertanian terdiri dari materi out door yaitu (1) Demplot VUB padi, jagung, kedele dan sambung samping kakao (2) Percontohan Model Kawasan Rumah Pangan Lestari (MKRPL). Sementara materi in door yaitu (1) Gelar peralatan laboratorium tanah dan diseminasi (2) Mengenal perpustakaan digital Badan Litbang Pertanian dan Materi Informasi Hasil Pengkajian BPTP Papua Barat. Sementara jumlah pengunjung pameran sesuai yang tertulis pada buku kunjungan sebanyak 255 orang, berasal dari instansi teknis/dinas terkait, penyuluh pertanian lapangan, KTNA/ petani dan mahasiswa.

Tujuan dari penyelenggaraan pameran adalah untuk menggugah minat pengunjung terhadap materi yang dipamerkan serta mendapatkan kunjungan khalayak sebanyak-banyaknya dengan perasaan sepuas-puasnya. Pameran dalam rangka ulang tahun Badan Litbang Pertanian yang diselenggarakan oleh BPTP Papua Barat bertujuan untuk menginformasikan hasil-hasil litkaji BPTP Papua Barat dan teknologi yang berasal dari sumber lain selain BPTP sekaligus menjangkau umpan balik dari teknologi yang telah dipamerkan tersebut.

Dari hasil wawancara serta kesan dan pesan yang ditulis pada buku kunjungan diperoleh data sebagai berikut : 32% pengunjung terkesan pada materi demplot VUB padi, jagung, kedele, dan peragaan sambung samping tanaman kakao, 26% terkesan pada peralatan laboratorium dan diseminasi, 22% terkesan pada materi MKRPL, sisanya sebanyak 20% terkesan pada perpustakaan digital yang dikembangkan Badan Litbang Pertanian dan materi informasi hasil litkaji BPTP Papua Barat.

Pengembangan Informasi

Suatu informasi mempunyai peluang untuk digunakan oleh penerimanya apabila secara teknis dapat dilaksanakan, secara ekonomis menguntungkan, dan secara sosial dapat diterima, dan secara lingkungan dapat diterapkan dengan aman. Sebelum pesan informasi teknologi pertanian sampai pada khalayak pengguna akhir, pesan haruslah dikemas terlebih dahulu sesuai bahasa dan kondisi khalayak pengguna akhir. Sasaran penyebaran media cetak yaitu penyuluh pertanian, petani/KTNA, dan stakeholder lingkup SKPD di Provinsi Papua Barat. Kegiatan pengembangan informasi teknologi pertanian yang dilaksanakan BPTP Papua Barat mulai tahun 2012 – 2015 yang dikemas dalam berbagai bentuk media. Jenis media informasi yang dikembangkan BPTP Papua Barat adalah media tercetak dan DVD.

Jenis media cetak yang dikembangkan BPTP Papua Barat tahun 2012 – 2015 adalah sebagai berikut : 12 judul brosur, 15 judul leaflet, 6 judul poster, 2 judul prosiding dan 1 judul buletin.

WAKTU PENYEBARAN MEDIA INFORMASI

Penyebaran informasi yang dilakukan BPTP Papua Barat pada umumnya dilakukan ketika ada moment penting seperti pameran, pertemuan/sosialisasi kegiatan, temu informasi dan pertemuan lainnya yang dilaksanakan pada pertemuan tingkat provinsi dan kabupaten/kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, Onong Uchjana, 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Armstrong 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi Ke-5. Jakarta : Erlangga.
- Kushartanti, Ekaningtyas. 2000. *Keefektifan Media Cetak pada Diseminasi dan Adopsi Teknologi Jagung Bisma di Kabupaten Semarang*. Thesis Program

Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada.
Jogyakarta : Universitas Gajah Mada.
Sulaiman, Fawzi. 2003. *Konsep dan Upaya
Peningkatan Komunikasi dan
Diseminasi Hasil Litkaji di BPTP* Bahan
Diskusi. Jakarta : Badan Litbang
Pertanian. 20 hlm.