

## **Bisnis Model Tanaman Liar (Porang) Komoditas Ekspor**

**Agung Hari Sasongko<sup>1\*</sup>, Yuli Eni<sup>2\*</sup>, Nurina<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>BINUS Undergraduate Program - Binus Entrepreneurship Center, Binus Business School, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>BINUS Undergraduate Program – Management Program, Binus Business School, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup> Universitas Persada Indonesia Y.A.I

E-mail: [1agunghari@binus.edu](mailto:1agunghari@binus.edu), [2yeni@binus.edu](mailto:2yeni@binus.edu), [3nurina@upi-yai.ac.id](mailto:3nurina@upi-yai.ac.id)

### **ABSTRAK**

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dan didukung oleh potensi sumber daya alam yang melimpah. Salah satu potensi sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis adalah tanaman porang. Tanaman porang dahulu dianggap sebagai tanaman liar namun sekarang menjadi primadona ekspor. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur dan menganalisis aspek isi terutama media cetak atau elektronik serta bisnis model dari tanaman porang. Paper ini merupakan penelitian deskriptif dengan analisis isi dari data primer 66 artikel berita online yang terbit antara tahun 2015-2021 yang dilengkapi data sekunder dari buku dan jurnal penelitian terkait tanaman porang dan manajemen bisnis. Hasil penelitian saat dilakukan pengkodean menunjukkan kata porang (2,7%) dan ekspor (0,87%) paling banyak dijumpai karena dalam beberapa tahun terakhir ekspor porang terus mengalami peningkatan. Berdasarkan *word cloud*, porang banyak sekali diukur pada *advertisement* dan pemerintah untuk memastikan dukungan dan memberikan informasi kepada petani. Pada *value proposition canvas* dihasilkan porang dalam bentuk olahan sedangkan pada *business model canvas*, bisnis porang diantaranya memiliki *customer segment* pengepul dan produsen serta memiliki *value proposition* kaya akan karbohidrat, lemak, protein, mineral, vitamin dan serat makanan.

Kata kunci : porang, ekspor, *advertisement*, olahan porang, *business model canvas*

### **ABSTRACT**

*Indonesia has a large population and is supported by abundant natural resource potential. One of the potential natural resources that can be utilised as a business opportunity is the porang plant. The porang plant was once considered a wild plant but is now an export favourite. This research aims to measure and analyse the content aspects, especially print or electronic media, as well as the business model of porang plant. This paper is a descriptive research with content analysis of primary data from 66 online news articles published between 2015-2021 supplemented by secondary data from books and research journals related to porang plant and business management. The results of the study when coding showed that the words porang (2.7%) and export (0.87%) were most common because in recent years porang exports have continued to increase. Based on the word cloud, porang is widely measured in advertisement and government*

*to ensure support and provide information to farmers. On the business model canvas, the porang business includes having customer segments of collectors and producers and has a value proposition rich in carbohydrates, fats, proteins, minerals, vitamins and dietary fibre.*

Keywords: porang, export, advertisement, government, business model canvas

## 1. PENDAHULUAN

Jumlah penduduk di dunia saat ini menurut worldometers.info diperkirakan sebanyak 7.854.965.732 jiwa atau sebesar 7,85 miliar jiwa dan China masih menjadi yang terbanyak jumlah penduduknya mencapai 1,355 miliar, disusul India, Amerika Serikat dan Indonesia di peringkat empat (Zulfikar, 2021). Indonesia selain memiliki jumlah penduduk yang besar juga didukung potensi sumber daya alam yang melimpah (Wulandari, 2021), berupa (1) sumber daya alam Indonesia hasil pertanian, diantaranya padi, jagung, ubi, kayu, kedelai dan kacang tanah, (2) sumber daya alam Indonesia hasil perkebunan, diantaranya tebu, tembakau, teh, kopi, karet, kelapa (kopra), kelapa sawit, coklat, pala, cengkih, lada dan vanili, (3) sumber daya alam Indonesia hasil kehutanan, diantaranya kayu dan rotan, (4) sumber daya alam Indonesia hasil peternakan, diantaranya sapi, kerbau, kuda dengan produk peternakannya, (5) sumber daya alam Indonesia hasil perikanan, diantaranya ikan dan hasil laut, budidaya udang dan bandeng, dan budidaya ikan di darat seperti di tambak atau empang, waduk atau bendungan, sungai dengan sistem keramba, di danau, dan di sawah dan (6) sumber daya alam Indonesia hasil pertambangan, diantaranya minyak bumi, bauksit, batu bara, besi, timah, emas, tembaga, nikel, marmer, mangan, aspal, belerang, dan yodium.

Sumber daya manusia dan sumber daya alam merupakan dua faktor dari enam faktor

ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi (Welianto, 2020). Pandemi Covid-19 mempengaruhi perekonomian secara luar biasa di seluruh dunia yang mengakibatkan penurunan ekonomi karena pembatasan mobilitas secara ketat dilakukan oleh semua negara (Nug, 2021). Namun selalu ada kesempatan yang dapat dioptimalkan oleh pelaku usaha untuk bisa memenuhi kebutuhan di tengah kondisi yang serba terbatas ini. Salah satu yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis adalah tanaman porang dan saat ini sedang sedang naik daun. Tanaman porang dahulu dianggap tanaman yang tumbuh liar di pekarangan bahkan di beberapa daerah dianggap sebagai makanan ular (Idris, 2021). Umbi porang kini menjadi primadona ekspor komoditas pertanian Indonesia walaupun dulu tidak dilirik masyarakat karena umbinya bisa menimbulkan gatal-gatal. Sejak tahun 2016 sampai 2021 ekspor porang selalu mengalami kenaikan. Berdasarkan data Badan Karantina Pertanian tahun 2018 tercatat 254-ton ekspor porang ke negara Jepang, Tiongkok, Vietnam, Australia dan lain sebagainya dengan nilai ekspor sebesar Rp 11,31 miliar (Sutrisno, 2021). Tahun 2019 berdasarkan data Kementan ekspor porang sebanyak 11.720-ton dengan nilai Rp 644 miliar (Farmita, 2021). Tahun 2020 porang ditetapkan masuk dalam program Gerakan tiga kali lipat ekspor (Gratiexs) karena berdasarkan data dari Kementan ekspor porang mencapai Rp 923,6 miliar (Newswire, 2021). Untuk tahun 2021 di semester pertama, berdasarkan informasi wakil Menteri perdagangan ekspor porang sudah

mencapai 14,8 ribu ton, kenaikan yang *significant* bila dibandingkan semester yang sama di tahun 2019 dengan jumlah 5,7 ribu ton dimana angka ini meningkat tajam 160% (Abdila, 2021).

Penghasil porang di Indonesia bukan hanya dari satu provinsi saja tetapi dari berbagai provinsi. Porang asal Indonesia dikirim dari berbagai Provinsi: Jawa Timur, Jawa Tengah, Sumatra Utara, Sulawesi Selatan, DKI Jakarta, Riau, Sumatra Barat, Jawa Barat, Bali, Kalimantan Barat, Banten, Aceh, Kepulauan Riau, Yogyakarta, dan Kalimantan Utara. Tujuan ekspor Porang antara lain Australia, Taiwan, Rusia, Singapura, Kamboja, Korea Selatan, Jepang, dan Kanada (CNNIndonesia, 2021).

Pada tanggal 14 Agustus 2021 menurut Menteri Pertanian saat berkunjung ke pabrik porang di Madiun menginformasikan kalau Indonesia akan mengeksport porang serentak dari 341 Kabupaten / Kota yang tersebar di 17 provinsi dengan begara tujuan antara lain Jepang, China, Hong Kong, Korea Selatan dan Singapura (Harianto, 2021).

Dari sekian banyak daerah penghasil porang, Kabupaten Madiun ditetapkan oleh Kementerian Pertanian sebagai daerah penghasil tanaman porang yang memiliki kualitas unggul skala nasional serta dinyatakan layak untuk pembibitan. Ditetapkannya Madiun dengan Surat Keputusan Porang Varietas Madiun 1 skala nasional yang pertama di Indonesia menurut Bupati Madiun dimaksudkan untuk melindungi sumber daya genetic dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Madiun (rka, 2021).

Di daerah Sibolga, Tapanuli Tengah porang yang dihasilkan memiliki keunggulan pada ukurannya yang besar dan menjadi daya tarik bagi importir asal tiga negara yaitu China,

Taiwan dan Vietnam. Berat rata-rata porang dari Sibolga 50-100 kilogram, beras seperti ini merupakan ukuran raksasa untuk porang (Dewantoro, 2020).

Salah satu efek dari meningkatnya ekspor porang adalah petani porang menjadi miliader seperti dari Desa Kepel dan desa nya menjadi juara desa terbaik se-Jawa Timur dan juara tiga nasional serta desa ini menjadi Pusat Studi Porang Indonesia (Alawi, 2019). Presiden Indonesia menyatakan porang memiliki potensi mendatangkan devisa besar bagi negara dan menginstruksikan agar porang dijadikan komoditas ekspor super prioritas namun porang harus diproses terlebih dahulu bukan lagi dalam bentuk umbi (Alawi, 2021). Pernyataan ini menambah jumlah orang yang menjadi petani dan membuat harga naik tinggi bahkan mulai langka di beberapa tempat untuk bibit dalam bentuk umbi atau katak. Semakin banyak petani disisi lain dapat menyebabkan produksi yang berlebih dan dapat membuat harga menjadi anjlok (Suparto, 2021). Yang menjadi pertanyaan apakah porang dapat menjadi komoditas andalan tanpa adanya regulasi sehingga tidak menjadi bumerang bagi petani.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Karakteristik Produk

Tanaman porang merupakan jenis tanaman umbi-umbian yang memiliki nilai jual tinggi yang berasal dari bahasa latin *Amorphophallus oncophyllus Prain* dan disebut juga iles-iles yang menjadi salah satu kekayaan umbi-umbian di Indonesia (Utami, 2021). Menurut Prof Dr Edi Santosa, S.P, M.Si Ketua Departemen Agronomi dan Hortikultura Institut Pertanian Bogor (IPB), pemanfaatan tanaman porang oleh masyarakat Indonesia tidak ada bukti sejarah yang pasti, namun menurut beberapa

referensi yang dibacanya porang awalnya merupakan tanaman hutan. Pemanfaatan porang sudah dimulai sejak masa penjajahan Jepang dan dimanfaatkan selama menduduki Indonesia sebagai logistik pangan karena mirip dengan A. Konjak yang ada di negara Jepang. Sejak tahun 1980-an tanaman porang mulai intensif dibudidayakan ke Cepu dan ditanam. Sejak tahun 1980-an tanaman porang mulai intensif dibudidayakan ke Cepu (Pranita, 2021).

Tanaman porang tidak banyak menggunakan ruang untuk tempat tumbuh karena memiliki ciri-ciri tinggi batang tanaman dapat mencapai 175 cm, diameter batang maksimal 2,6 cm, lebar tajuknya berkisar antara 62 – 95 cm atau 50 – 150 cm dengan 3 periode tumbuh sehingga berpotensi dapat menyerap cahaya matahari yang lebih banyak (Sulistyo, Soetopo, & Soetopo, 2015). Adapun ciri-ciri tanaman porang adalah sebagai berikut (Nariswari, 2021):

- Daun lebar, ujung daun runcing, dan berwarna hijau muda.
- Kulit batangnya halus, berwarna belang-belang hijau dan putih.
- Pada permukaan umbi tidak ada bintil.
- Umbi berserat halus dan berwarna kekuningan.
- Pada setiap pertemuan cabang dan ketiak daun terdapat bubul atau katak.
- Umbi tidak dapat dikonsumsi dan harus melalui proses.

## 2.2 Manfaat Porang

Umbi porang memiliki nilai jual yang tinggi dan mengandung glukoman penghasil karohidrat untuk industry obat, makanan dan minuman, kosmetika, bahan perekat atau lem, cat kain katun, untuk mengkilapkan kain, wol dan bahan imitasi (Apu, Jawang, & Nganji, 2022). Umbi iles-iles mengandung

senyawa glukomanan, suatu senyawa polisakarida dari jenis hemiselulosa yang terdiri atas ikatan rantai galaktosa, glukosa, dan manosa. Penggunaan glokoman antara lain: (1) industry pangan fungsional, (2) menurunkan lipida darah, (3) menurunkan glukosa darah, (4) mencegah dan menghambat kanker, (5) menurunkan obesitas, (6) mengatasi sembelit, (7) industry kosmetik, dan (8) industry biotanol (Hui, 2006).

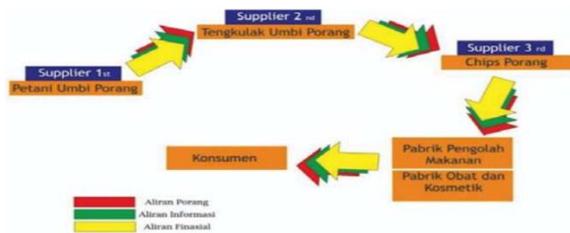
Tanaman porang memiliki banyak manfaat, antara lain banyak digunakan untuk bahan baku tepung, kosmetik, penjernih air, selain juga untuk pembuatan lem dan "jelly" yang beberapa tahun terakhir kerap diekspor ke negeri Jepang seperti pada Gambar 1 (Ramadhani, 2022).



Gambar 1. Mengenal Umbi Porang & Potensi Ekspornya (Ramadhani, 2022)

## 2.3 Karakteristik Rantai Pasok

Rantai pasok merupakan tahapan yang melibatkan konsumen mulai dari tahap pemesanan produk dari supplier lalu manufaktur kemudian transportasi dan Gudang, retailer hingga pelanggan (Simchi-Levi D, 2008).



Gambar 2. Rantai Pasok chips porang

Menurut (Puspitorini, Putra, & Ernes, 2018) Rantai Pasok chips Porang dimulai dari supplier tingkat 1 (petani yang mensuplai umbi), 2 (tengkulak umbi porang) dan 3 (chips porang), perusahaan (pabrik pengolahan makanan, pabrik obat-obatan dan kosmetik) sampai ke konsumen. Pada rantai pasok chips porang, terdapat 3 (tiga) aliran yang terjadi, yaitu (i). aliran porang (aliran bahan baku yang ada saat ini adalah petani mendistribusikan porang kepada tengkulak, tengkulak mendistribusikan porang ke supplier 1 dan 2 untuk dijadikan produk setengah jadi (chips), di distribusikan ke perusahaan untuk di olah menjadi makanan, kosmetik, bahan kimia dan lain-lain, dan produk jadi dibeli oleh konsumen), (ii). aliran informasi (meliputi informasi harga, kapasitas, informasi teknis dari petani sampai konsumen dan sebaliknya yakni dari konsumen ke petani ) dan (iii). aliran finansial ( arus pembayaran di mulai dari konsumen ke pabrik, kemudian dari pabrik ke supplier, setelah itu ke tengkulak dan petani). Rantai Pasok umbi porang dan chips porang diilustrasikan pada Gambar 2.

## 2.4 Karakteristik Regulasi

Potensi pasar yang menjanjikan di luar negeri menjadikan pebisnis porang mulai melebarkan pemasarannya ke luar negeri. Pengiriman ke luar negeri melibatkan negara lain sehingga harus mengikuti aturan dan ketentuan yang berlaku salah satunya kelengkapan surat atas barang yang akan

dikirim. Untuk mengirim barang ke luar negeri memerlukan ekspedisi sehingga lebih mudah namun memiliki ongkos kirim yang relative besar. Berikut cara export porang menggunakan jasa ekspedisi ke luar negeri (Wahyudi, 2021):

- (1) siapkan barang yang akan dikirim dengan kemasan yang aman,
- (2) dilengkapi dengan alamat dan nama penerima yang jelas sehingga tidak salah kirim,
- (3) cek volume dan berat barang,
- (4) cari dan pilih ekspedisi yang bisa dan biasa kirim barang ke luar negeri,
- (5) bandingkan ongkos kirim ekspedisi sehingga dapat memilih yang terbaik,
- (6) datangi ekspedisi untuk mengirim barang,
- (7) menyerahkan barang yang akan dikirim,
- (8) melengkapi persyaratan dan pembayaran,
- (9) agar dapat mengecek keberadaan barang, minta nomor resi pengiriman, dan
- (10) tunggu barang sampai di tujuan.

Petani yang tergabung dalam asosiasi porang menemui Wakil Menteri Perdagangan pada 9 Juni 2021 dan meminta agar pemerintah dapat memberikan kemudahan dalam proses ekspor porang ke luar negeri terutama Cina yang masih terkendala masalah urusan teknis dan aturan perdagangan. Terutama harmonisasi soal kode *Harmonized Commodity Description and Coding System (HS Code)* antara kedua Kementerian perdagangan RI dan Cina. HS Code diperlukan agar bisa merekam berapa banyak produk yang diekspor. Selain soal HS Code, sertifikasi juga sedang dijalankan oleh Bea Cukai (Oktavia, 2021).

Berikut ini beberapa hambatan dalam proses eksekusi ekspor porang (age, 2021): (1) Indonesia belum memiliki kode hs porang tersendiri, (2) porang dianggap tak sejalan dengan *Food Safety Law of the People's Republic of China*, sehingga tidak boleh masuk ke China mulai 1 Juni 2020.

Menyikapi hal ini pemerintah melakukan upaya pertemuan bilateral untuk penyelesaian hambatan dan menyusun *risk assessments* sesuai ketentuan yang berlaku untuk disampaikan ke pemerintah China serta menyiapkan jaminan mutu dan keamanan porang melalui skema registrasi ekspor atau *health certificate* ekspor porang asal Indonesia.

## 2.6 Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas (VPC) menurut (Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda, & Papadacos, 2014) adalah alat untuk pakar pemasaran, pemilik produk, dan pencipta nilai. VPC membantu dalam menciptakan *value* untuk pelanggan dimana dengan VPC memiliki benefit menjelaskan manfaat yang diharapkan pelanggan dari produk dan layanan yang diberikan. VPC terdiri dari 2 sisi yaitu *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* menggambarkan segmen pelanggan tertentu dalam model bisnis yang dikembangkan dengan cara yang terperinci dan lebih terstruktur. *Customer profile* terbagi kedalam *jobs*, *pain* dan *gain*. *Jobs* menggambarkan sifat dari pelanggan yang mencoba menyelesaikan pekerjaan atau kehidupan mereka. *Pains* menggambarkan segala sesuatu yang dirasakan mengganggu oleh pelanggan sebelum, selama dan setelah mencoba menyelesaikan pekerjaannya. Selain itu *pains* juga menggambarkan resiko terkait pekerjaan yang buruk atau tidak dilakukan sama sekali. *Gains* menggambarkan hasil dan manfaat yang diinginkan pelanggan seperti keuntungan diperlukan, diharapkan, atau diinginkan. Keuntungan yang diperlukan mencakup utilitas fungsional, keuntungan sosial, emosi positif, dan penghematan biaya. Sisi berikutnya adalah *value map* yang terdiri dari *products and services*, *pain relievers* and *gain creators*. *Products and services* merupakan daftar dari apa yang ditawarkan.

*Pain relievers* bermaksud menghilangkan atau mengurangi yang mengganggu pelanggan. Sedangkan *gain creators* ingin menghasilkan dan manfaat yang diharapkan, diinginkan atau akan membuat pelanggan terkejut.

## 2.7 Bisnis Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) menurut (Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda, & Papadacos, 2014) adalah sebuah alat untuk menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. BMC dan VPC terintegrasi dengan sempurna yang memungkinkan memperbesar detail tentang bagaimana menciptakan nilai bagi pelanggan. BMC dideskripsikan melalui Sembilan elemen dasar bagaimana sebuah perusahaan ingin menghasilkan uang. Dari sembilan blok mencakup empat bidang utama bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kelayakan finansial. Sembilan blok BMC yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners* dan *cost structure*. *Customer segment* didefinisikan sebagai yang ingin dijangkau dan dilayani oleh perusahaan dari berbagai kelompok orang atau organisasi. *Value proposition* menggambarkan nilai bagi segmen pelanggan tertentu yang berasal dari kumpulan produk dan layanan. *Channel* menggambarkan bagaimana perusahaan menyampaikan *value proposition* perusahaan melalui cara komunikasi dan cara menjangkaunya. *Customer relationship* menggambarkan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pelanggan tertentu. *Revenue streams* mewakili uang yang dihasilkan oleh perusahaan yang berasal dari pelanggan tertentu. *Key resources* menggambarkan asset penting apa saja yang ada agar bisnis model dapat berfungsi. *Key activities*

menjelaskan aktivitas yang harus dilakukan oleh perusahaan agar model bisnis dapat bekerja dengan baik dan berhasil. *Key partners* menggambarkan jaringan ke pemasok dan mitra sehingga model bisnis dapat berfungsi. Terakhir *cost structure* menjelaskan biaya apa saja yang dikeluarkan dalam bisnis model. Didalam menciptakan dan memberikan *value*, membina *customer relationship* dan menghasilkan pendapatan membutuhkan biaya dan dapat dihitung setelah menentukan *key resources*, *key activities* dan *key partnership*.

### 3. METODOLOGI

Paper ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis isi untuk memperoleh data primer dari 66 artikel berita online yang diterbitkan antara tahun 2015-2021. Untuk memperkuat data dalam penelitian maka dilengkapi dengan data sekunder yang berasal dari buku dan jurnal penelitian terkait tanaman porang dan manajemen bisnis. Pemilihan berita online sebagai objek karena skala penyebarannya memiliki cakupan geografis yang luas sampai dengan dunia.

Analisis isi kuantitatif digunakan untuk mengukur aspek isi tertentu yang dilakukan secara kuantitatif, prosedur yang dilakukan adalah dengan mengukur atau menghitung aspek isi dan menyajikannya secara kuantitatif dan analisis isi terutama digunakan untuk menganalisis media cetak atau elektronik, seperti surat kabar, radio, televisi dan film (Eriyanto, 2011).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan *word cloud* dibawah menggambarkan bahwa memang untuk kata porang paling banyak dijumpai saat dilakukakan pengkodean. Selain porang kata ekspor juga terlihat banyak karena memang

dalam beberapa tahun terakhir ekspor porang terus mengalami peningkatan dan diinfokan di media online.



Gambar 3. Pengkodean Porang

Analisis konten diilustrasikan menggunakan pengkodean matriks dengan melakukan pengkodean kata yaitu porang dan bagan kolom sebagai visualisasi. Hasil analisis ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Pengkodean Matriks

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
porang	6	2861	2.70
ekspor	6	923	0.87
tanaman	7	813	0.77
bisnis	6	767	0.72
2021	4	735	0.69
indonesia	9	535	0.50
ekonomi	7	352	0.33
petani	6	343	0.32
pertanian	9	335	0.32
komoditas	9	264	0.25
news	4	263	0.25
nilai	5	255	0.24
manfaat	7	250	0.24
harga	5	246	0.23
produk	6	226	0.21
bahan	5	204	0.19
industri	8	191	0.18
tepung	6	191	0.18
negara	6	183	0.17

Angka-angka dalam matriks dan ukuran setiap kata dalam word claud mencerminkan

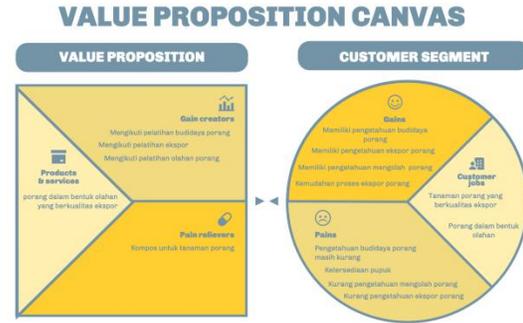
jumlah referensi pengkodean. Banyaknya kata menunjukkan lebih banyak referensi pengkodean. Angka dalam kolom paling kanan mencerminkan jumlah referensi pengkodean sebagai persentase. Berdasarkan tabel diatas hasil penelitian menunjukkan bahwa angka persentase terbesar yaitu 2,7% didominasi oleh porang dan 0,87% oleh ekspor. Hal ini dapat diartikan bahwa Sebagian bbesar artikel yang berkaitan dengan porang didominasi oleh porang dan ekspor. Dengan kata lain porang biasanya memang diukur dari porang terhadap ekspor. Selain dari itu untuk bisnis mempunyai persentsae 0,72% dapat diartikan bahwa ada kaitan antara porang dengan bisnis, namun belum banyak artikel yang mengukur porang untuk bisnis di Indonesia.



Gambar 4. Word cloud Porang

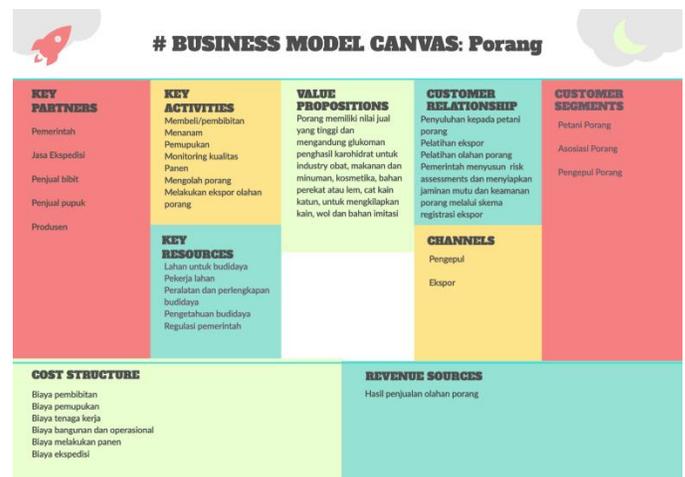
Berdasarkan *word cloud* diatas menggambarkan bahwa memang untuk porang banyak sekali diukur pada *advertisement* dan pemerintah untuk memastikan dukungan dan memberikan informasi kepada petani. Hal ini juga mengindikasikan bahwa peranan pengolahan porang yang mengandung senyawa glukomanan sangatlah penting untuk meningkatkan kualitas porang ke pasar

internasional sehingga dapat memberikan keuntungan kepada masyarakat.



Gambar 5. Value Proposition Canvas Porang

Berdasarkan *vpc* diatas, melihat dari *customer jobs* yang ingin menyelesaikan tanaman porang yang berkualitas ekspor dan porang dalam bentuk olahan yang dilanjutkan dengan *pains, gains, pain reliever, gain creators* dihasilkan *products & services* berupa porang dalam bentuk olahan yang berkualitas ekspor. Hal ini sejalan dengan instruksi Presiden Indonesia dimana porang harus diproses terlebih dahulu bukan lagi dalam bentuk umbi (Alawi, 2021).



Gambar 6. Business Model Canvas Porang

Berdasarkan BMC diatas, bisnis porang memiliki *customer segment* petani, asosiasi

dan pengepul dimana *value proposition* memiliki nilai jual yang tinggi dan mengandung glukoman penghasil karbohidrat. Untuk membina *customer relationship* dilakukan penyuluhan kepada petani agar kualitas porang terjaga dan sesuai kualitas ekspor. Selain itu dilakukan pelatihan ekspor agar memahami regulasi ekspor untuk tanaman porang dan dapat mengikuti ketentuan dari kesepakatan pemerintah. *Channel* untuk bisnis ini pengepul dan ekspor dan *revenue stream* nya berasal dari penjualan olahan porang. *Resources* yang dibutuhkan untuk bisnis ini terdiri dari lahan untuk bididaya, pekerja lahannya, peralatan dan perlengkapan untuk budidaya, pengetahuan untuk budidaya dan regulasi pemerintah. *Key activities* dimulai dari pembibitan, Bertani, pemupukan, monitoring kualitas porang, melakukan panen, mengolah porang sampai dengan melakukan ekspor. *Key partner* terdiri dari pemerintah, jasa ekspedisi, penjual bibit, penjual pupuk, dan prosuden. Untuk *cost structure* terdiri dari biaya pembibitan, biaya pemupukan, biaya tenaga kerja, biaya bangunan dan operasional, biaya melakukan panen dan biaya ekspedisi.

## 5. KESIMPULAN

Instruksi Presiden kepada Menteri Pertanian agar porang menjadi komoditas ekspor andalan baru di Tanah Air (srii003, 2021). Dengan adanya instruksi ini dan porang saat ini merupakan komoditas yang sangat menjanjikan (mudah ditanam bahkan umbinya saja laku), karakter peniru petani yang sangat kuat perlu mendapat perhatian.

Kasus tanaman yang awalnya menjadi primadona (seperti tanaman hias gelombang cinta dan *aglaonema*) dan diperkuat petani yang berhasil membudidayakannya membuat petani lain mengikutinya. Dari awalnya memiliki harga mahal kemudian karena

semakin banyak yang membudidayakannya sehingga harganya menjadi hancur dan ditinggalkan oleh petani.

Agar kejadian diatas tidak terulang kembali pemerintah melalui Kementerian Pertanian dan Kementerian Perindustrian, maupun Kementerian Koperasi UKM perlu mendukung petani dengan membantu dalam menyiapkan proses industri olahan porang sehingga bisnis porang dapat bertahan lama dan menjadi komoditas ekspor jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nug. (2021, August 31). *Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi, namun Tetap Waspada terhadap Pandemi Covid*. Retrieved from <https://pen.kemenkeu.go.id/>: <https://pen.kemenkeu.go.id/in/post/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi,-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid>
- Idris, M. (2021, Auguts 20). *Tanaman Porang, Si Umbi Bahan Baku Mi Shirataki yang Sedang Naik Daun*. Retrieved from <https://money.kompas.com>: <https://money.kompas.com/read/2021/04/15/090600226/tanaman-porang-si-umbi-bahan-baku-mi-shirataki-yang-sedang-naik-daun?page=all>
- Zulfikar, F. (2021, August 31). *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor Berapa?*

- Retrieved from  
<https://www.detik.com/>:  
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5703755/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-terbesar-di-dunia-indonesia-nomor-berapa>
- Wulandari, T. (2021, August 5). *6 Potensi Sumber Daya Alam Indonesia, dari Pertanian hingga Pertambangan* . Retrieved from  
<https://www.detik.com/>:  
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5669712/6-potensi-sumber-daya-alam-indonesia-dari-pertanian-hingga-pertambangan>
- Welianto, A. (2020, January 28). *Faktor yang Memengaruhi Pertumbuhan Ekonomi*. Retrieved from  
<https://www.kompas.com/>:  
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/26/184500569/faktor-yang-memengaruhi-pertumbuhan-ekonomi?page=all>
- Farmita, A. R. (2021, August 1). *Jokowi Larang Ekspor Bentuk Umbi, Ini Alasan Porang Diburu Orang* . Retrieved from  
<https://www.kompas.com/>:  
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/01/085900465/jokowi-larang-ekspor-bentuk-umbi-ini-alasan-porang-diburu-orang?page=all>
- Newswire. (2021, August 14). *Nilai Ekspor Porang 2020 Rp923,6 Miliar, Mentan: Andalan Baru* . Retrieved from  
<https://ekonomi.bisnis.com/>:  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210814/12/1429712/nilai-ekspor-porang-2020-rp9236-miliar-mentan-andalan-baru>
- Abdila, R. (2021, July 17). *Produksi Meningkat, Ekspor Porang RI Tembus 14,8 Ribu Ton di Semester I-2021* . Retrieved from  
<https://www.tribunnews.com/>:  
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/07/17/produksi-meningkat-ekspor-porang-ri-tembus-148-ribu-ton-di-semester-i-2021>
- CNNIndonesia. (2021, May 20). *Kemendag Catat Ekspor Porang Naik 160 Persen*. Retrieved from  
<https://www.cnnindonesia.com/>:  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210519165908-92-644370/kemendag-catat-ekspor-porang-naik-160-persen>
- Hariato, S. (2021, August 13). *341 Daerah Ekspor Porang ke China hingga Korea Sabtu Besok*. Retrieved from  
<https://finance.detik.com/>:  
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5681526/341-daerah-ekspor-porang-ke-china-hingga-korea-sabtu-besok>
- rka. (2021, March 7). *Pertama di Indonesia, Ini Keunggulan Tanaman Porang Madiun yang Jadi Idola Petani*. Retrieved from  
<https://www.merdeka.com/>:  
<https://www.merdeka.com/jatim/pertama-di-indonesia-ini-keunggulan-tanaman-porang-madiun-yang-jadi-idola-petani.html>
- Dewantoro. (2020, June 24). *Porang Raksasa Unik Senilai Rp 7,2 Miliar Asal Sumut Tembus Pasar 3 Negara* . Retrieved from  
<https://regional.kompas.com/>:  
<https://regional.kompas.com/read/2020/06/24/12521231/porang-raksasa-unik-senilai-rp-72-miliar-asal-sumut-tembus-pasar-3-negara?page=all>
- Alawi, M. A. (2019, October 29). *Warganya Jadi Miliarder Berkat Porang, Desa Ini Dirikan Pusat Studi Porang*

- Indonesia (2)*. Retrieved from <https://regional.kompas.com/>:  
<https://regional.kompas.com/read/2019/10/29/09345141/warganya-jadi-miliarder-berkat-porang-desa-ini-dirikan-pusat-studi-porang?page=all>
- Alawi, M. A. (2021, July 31). *Jokowi Minta Porang Tak Lagi Diekspor Dalam Bentuk Umbi, Ini Alasannya* . Retrieved from <https://regional.kompas.com/>:  
<https://regional.kompas.com/read/2021/07/31/094942678/jokowi-minta-porang-tak-lagi-diekspor-dalam-bentuk-umbi-ini-alasannya?page=all>
- Suparto, T. T. (2021, September 16). *Agar Porang Tak Jadi Bumerang*. Retrieved from <https://news.detik.com/>:  
<https://news.detik.com/kolom/d-5726186/agar-porang-tak-jadi-bumerang>
- Utami, N. M. (2021, Mei 1). PROSPEK EKONOMI PENGEMBANGAN TANAMAN PORANG DI MASA PANDEMI COVID-19. *Viabel Pertanian*, 15, 72-82.
- Pranita, E. (2021, April 22). *Sejarah Porang, Bermula dari Temuan Jepang saat Menjajah Indonesia* . Retrieved from <https://www.kompas.com/>:  
<https://www.kompas.com/sains/read/2021/04/22/080300923/sejarah-porang-bermula-dari-temuan-jepang-saat-menjajah-indonesia?page=all>
- Apu, I. R., Jawang, U. P., & Nganji, M. U. (2022). ANALISIS KESESUAIAN LAHAN UNTUK PENGEMBANGAN TANAMAN PORANG (*Amarphopallus ancophillus*) DI KECAMATAN LEWA KABUPATEN SUMBA TIMUR. *Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan, Vol 9 No 1*, 49-55.
- Sulistyo, R. H., Soetopo, L. D., & Soetopo, L. D. (2015). Eksplorasi dan Identifikasi Karakter Morfologi Porang (*Amorphophallus muelleri* B.) di Jawa Timur. *Jurnal Produksi Tanaman*, 353-361.
- Hui, Y. (2006). *Handbook of food science, technology and engineering* (Vol. 4). CRC Press.
- Ramadhani, Y. (2022, August 31). *Mengenal Tanaman Porang: Manfaat, Harga, Budidaya, & Nilai Bisnis*. Retrieved from <https://tirto.id/>:  
<https://tirto.id/mengenal-tanaman-porang-manfaat-harga-budidaya-nilai-bisnis-ekCF>
- Simchi-Levi D, K. P. (2008). *Designing and Managing The Supply Chain: Concept, Strategies, and Case Studies*. New York (USA): Mc Graw Hill.
- Puspitorini, P. S., Putra, A. C., & Ernes, A. (2018). Pemberdayaan Petani Porang Dengan Konsep Terintegrasi Melalui Kuliah Kerja Nyata Program Pembelajaran Masyarakat. *Prosiding PKM-CSR Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility, Vol 1*.
- Wahyudi. (2021, July 15). *Seperti Ini Cara Export Porang ke Luar Negeri dan Budidayanya*. Retrieved from <https://trilogi.co.id/>:  
<https://trilogi.co.id/cara-export-porang-ke-luar-negeri/>
- Oktavia, W. (2021, June 16). *Bukan Hanya Batu Bara, Cina Juga Tertarik Membeli Porang dari RI*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/>:  
<https://bisnis.tempo.co/read/1473147/bukan-hanya-batu-bara-cina-juga-tertarik-membeli-porang-dari-ri>

- age. (2021, May 20). *Kemendag Catat Ekspor Porang Naik 160 Persen*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com:https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210519165908-92-644370/kemendag-catat-ekspor-porang-naik-160-persen>
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi : pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Sutrisno, E. (2021, March 12). *Porang, Si Liar Komoditas Ekspor*. Retrieved from <https://indonesia.go.id:https://indonesia.go.id/kategori/keanekaragaman-hayati/2591/porang-si-liar-komoditas-ekspor?lang=1>
- Nariswari, A. (2021, August 20). *Jadi Komoditas Unggulan, Mengenal Apa itu Tanaman Porang, Ciri-ciri, dan Manfaatnya*. Retrieved from <https://www.suara.com:https://www.suara.com/lifestyle/2021/08/20/165438/jadi-komoditas-unggulan-mengenal-apa-itu-tanaman-porang-ciri-ciri-dan-manfaatnya?page=all>
- srii003. (2021, August 19). *Presiden Dorong Mentan Seriusi Porang Jadi Komoditas Andalan Ekspor*. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id:https://www.kominfo.go.id/content/detail/36471/presiden-dorong-mentan-seriusi-porang-jadi-komoditas-andalan-ekspor/0/berita>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. Ney Jersey: John Wiley & Sons, Inc.