

**PENYULUHAN PACKAGING PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK UDANG
KUIN UTARA HJ MASP AH
DI BANJARMASIN**

Dwi Wahyu Artiningsih, Ervica Zamilah, Sri Bulkia
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
E-mail : dwiwahyu1905@gmail.com

ABSTRAK

Banjarmasin ibukota provinsi Kalimantan Selatan sebagai kota seribu sungai sangat potensial untuk pengembangan sektor perikanan dan hasil olahannya. Pemanfaatan kekayaan sumber daya alam salah satunya berupa hasil olahan udang adalah kerupuk udang. Satu diantaranya industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang adalah Hj Maspah tepatnya di Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara. Kecamatan Banjarmasin Utara. Kerupuk udang merupakan salah satu jenis kerupuk yang banyak disukai oleh berbagai kalangan masyarakat secara luas. Kerupuk udang dibuat dengan campuran udang giling sehingga memiliki cita rasa yang sangat khas jika dibandingkan dengan jenis kerupuk lainnya. Kerupuk udang Hj Maspah dijual baik yang masih mentah ataupun yang sudah digoreng. Terjangkaunya harga membuat makanan ringan yang satu ini menjadi primadona bagi pengusaha dan konsumen. Kerupuk udang disukai banyak orang sehingga banyak pelaku industri melirik peluang usaha tersebut. Prospek kedepan usaha kerupuk udang Hj. Maspah tersebut dapat lebih dikembangkan lagi yaitu dengan melakukan *packaging* produk yang lebih baik mengingat kontinuitas dalam berinovasi upaya mempertahankan tampilan produk kerupuk udang dan menarik para pelanggan baru serta menambah nilai jual suatu produk. Selain itu penjualan kerupuk udang Hj Maspah belum menggunakan saluran distribusi dalam penjualan produknya. Saluran distribusi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan penjualan mengingat saluran distribusi sebagai perantara antara para konsumen dengan produsen artinya tanpa saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen. Tujuan penyuluhan ini untuk membantu industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang adalah Hj Maspah dengan melakukan *packaging* produk dan mengembangkan saluran distribusi dalam penjualan produknya. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah metode ceramah, tanya jawab dan diskusi

Kata kunci : *Packaging* Produk, Saluran Distribusi, Penjualan

PENDAHULUAN

Pulau Kalimantan khususnya Kalimantan Selatan memiliki beragam sumber daya alam yang dapat memberi manfaat besar bagi masyarakat apabila diolah secara optimal. Banjarmasin sebagai ibukota provinsi Kalimantan Selatan sebagai kota seribu sungai sangat potensial untuk pengembangan sektor perikanan dan hasil olahannya serta memiliki berbagai objek wisata, baik wisata alam, wisata sejarah, dan wisata kuliner.

Pemanfaatan kekayaan sumber daya alam berupa hasil olahan udang adalah kerupuk udang. Salah satu industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang adalah Hj Maspah tepatnya di Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara. Kecamatan Banjarmasin

Utara terdiri dari sepuluh kelurahan merupakan kelurahan yang masyarakatnya banyak menghasilkan industri rumah tangga, salah satunya krupuk udang. Kerupuk udang merupakan salah satu jenis kerupuk yang banyak disukai oleh berbagai kalangan masyarakat secara luas. Kerupuk udang dibuat dengan campuran udang giling sehingga memiliki cita rasa yang sangat khas jika dibandingkan dengan jenis kerupuk lainnya. Kerupuk udang Hj Maspah dijual baik yang masih mentah ataupun yang sudah digoreng. Terjangkaunya harga membuat makanan ringan yang satu ini menjadi primadona bagi pengusaha dan konsumen. Kerupuk udang disukai banyak orang sehingga banyak pelaku industri melirik peluang usaha tersebut. Hj Maspah selaku pengolah industri rumah tangga, pengalaman beliau sudah kurang lebih 20 tahun menggeluti usaha krupuk udang ini.

Mengingat hal ini dan prospek kedepan usaha kerupuk udang terhadap hasil olahan kerupuk udang Hj. Maspah tersebut dapat lebih dikembangkan lagi yaitu dengan melakukan *packaging* produk yang lebih baik mengingat kontinuitas dalam berinovasi dalam mempertahankan tampilan produk kerupuk udang dan menarik para pelanggan baru. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller, 2012 bahwa *packaging* produk (kemasan) yang baik akan membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan serta menambah nilai jual suatu produk. Selain itu penjualan kerupuk udang Hj Maspah belum menggunakan saluran distribusi dalam penjualan produknya. Saluran distribusi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan penjualan mengingat saluran distribusi sebagai perantara antara para konsumen dengan produsen artinya tanpa saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian saluran distribusi memiliki faktor penting, sesuai dengan pendapatnya Daryanto (2011) bahwa saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam menyediakan suatu produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pengguna.

TUJUAN KEGIATAN

Kegiatan penyuluhan ini memiliki tujuan untuk membantu industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang adalah Hj Maspah dengan melakukan inovasi dalam kemasan/ *packaging* produk dan mengembangkan saluran distribusi dalam penjualan produknya agar mampu bersaing dengan produk olahan krupuk udang khususnya dan kerupuk-kerupuk lainnya.

KHALAYAK SASARAN

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah industri rumah tangga pengolahan kerupuk udang milik Hj Maspah tepatnya di Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara. Kecamatan Banjarmasin Utara.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa peningkatan pendapatan dan keberlangsungan usaha industri rumah tangga kerupuk udang Hj Maspah sehingga metode pelaksanaan kegiatan ini berupa penyuluhan (pemaparan materi), pemberian contoh-contoh diskusi serta perluasan saluran distribusinya, meliputi:

1. Pentingnya *packaging*/ kemasan produk yang baik, sebagai inovasi produk dan perlu dibentuk saluran distribusinya sebagai meningkatkan penjualan kerupuk udang Hj Maspah. Fungsi kemasan diantaranya selain untuk melindungi produk dapat juga sebagai sarana informasi atau pesan produk kepada konsumen apabila kemasan dibentuk unik sedemikian rupa berbeda dengan produk lain yang sejenis. Informasi produk dapat membantu mengingatkan konsumen agar melakukan pembelian ulang.
2. Selain *packaging* produk merupakan hal yang sangat penting, saluran distribusi juga perlu diterapkan dan dikembangkan sebagai upaya meningkatkan luasnya pemasaran dan sasaran pasar yang dituju.

FOTO KEGIATAN







KESIMPULAN

1. Kegiatan pengabdian tentang *packaging*/kemasan produk, inovasi produk serta pentingnya saluran distribusi bagian dari perluasan dan pemasaran produk krupuk Hj Maspah mendapat antusias dan tanggapan positif.
2. Kegiatan dilaksanakan dengan metode sosialisasi, penyuluhan dan diskusi
3. Pelaksanaan kegiatan berupa penyuluhan dan diskusi terlihat respon positif dari mitra untuk mengikuti kegiatan tersebut dan terlihat adanya perubahan pemahaman mitra tentang *packaging* produk, inovasi produk dan saluran distribusi

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Raharjo Wibowo Kusumo. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Cahyorini & Rusfian, 2011, The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying, Journal of Administratif Science & Organization, 11-21
- Fontana, Avanti.2011. Innovate We Can!. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera.
- Kotler, P & Keller, 2012, Marketing Management)14th ed)Edinburg Gate: Pearson Education

Robbins, SP. 1996. *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi, Aplikasi*, dialih bahasakan oleh Hadayana Pujaatmaka, Jakarta : PT Prenhallindo

Silayoi & Speece, 2005, *Packaging and Purchase Decision : An Explamatory Study On The Impact of Involvement Level and Time Pressure*, *British Food Journal*, 607-628

Sugito, S.P. 2001. *Pengembangan Model Pendaftaran Merek Secara Massal sebagai Sarana Pemberdayaan Kalangan Pengusaha Industri Kecil di Bidang Haki Menghadapi Era Pelaksanaan Trip's di Indonesia*, *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Universitas Brawijaya Malang Vol 13 No. 2*

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta