

# **LABELING, PACKAGING AND MARKETING ACTIVITIES OF KERUPUK AND RENGGINANG PANARUKAN SITUBONDO**

**Yuslinda Dwi Handini<sup>1</sup>, Suhartono<sup>2</sup>, Sri Wahjuni<sup>3</sup>**  
**<sup>1,2,3</sup>Dosen FISIP Universitas Jember**  
**Yuslinda.fisip@unej.ac.id**

## **Abstract**

The villagers are productive communities that have a productive SMEs business of Kerupuk and rengginang, but there are still fundamental problems related to labeling, marketing and packaging that are not yet effective and efficient. Through these activities, the community's productive business has been assisted in PIRT process, but the labeling, packaging and marketing are still very simple and not durable.

These activities will be done by the socialization method and training the productive community of Posdaya members, especially on making the labeling, packaging and marketing processes more effective and efficient to save the production cost due to the process of marketing, labeling and packaging that is more practical and saving time as well as improving the quality and quantity of Kerupuk and rengginang production by applying the appropriate technology. Increasing the revenue of productive community that own the kerupuk and rengginang business with the application of technology is more effective, easier, and more preferred by consumers in terms of quantity and quality.

The solution offered in the implementation of this activity is divided into four stages of the implementation and the target is productive communities of Gelung Kartika Posdaya members and Siaga Village Posdaya of Galung, Panarukan, Situbondo. These four implementation stages are: Knowledge of effective and efficient marketing process to consumers, Technology skills transfer for labeling, packaging or pressing process by using Hand Sealer pressing tool, Implementation of effective and efficient consumer marketing, and Using the Pressing tools or packaging on the product so that the empowerment of Gelung Village communities will be improved by their active role in that community Posdaya.

**Keywords:** labeling, packaging, marketing, SMEs

## PENDAHULUAN

Kabupaten Situbondo mempunyai tujuhbelas kecamatan. Salah satu diantaranya adalah Kecamatan Panarukan yang mempunyai delapan kelurahan/desa yaitu Desa Alas Malang, Duwet, Gelung, Kilensari, Paowan, Peleyan, Sumber Kolak, dan Wringinanom. Namun yang mempunyai potensi hasil laut yang melimpah yaitu Desa Gelung karena letaknya strategis antara sebelah ujung utara Kecamatan Panarukan dan sebelah selatannya adalah selat madura.

Berdasarkan data dan informasi yang didapat dari profil desa, Desa Gelung memiliki wilayah seluas 6010 m<sup>2</sup> dengan penduduk 3993 jiwa. Desa Gelung dibagi menjadi 6 Dusun, yaitu Dusun Gumok Barat, Gumok Utara, Gumok Selatan, Gumok Tengah, Gelung Selatan, dan Gelung Krajan. Desa Gelung terdapat 15 RT (Rukun Tetangga) yang terbagi dalam 6 dusun. Hasil observasi yang diperoleh bahwa masyarakat Desa Gelung sebagian besar sebagai nelayan, kuli bangunan dan PNS, selain itu masyarakat setempat berwirausaha seperti membuka usaha mebel dan toko peracangan, dan *home industry* rumah yaitu pembuatan krupuk dan rengginang ikan. Akan tetapi, usaha rumahan yang ada di Dusun Gelung mayoritas masih belum memiliki nomor PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) sebagai dasar legalitas suatu usaha. Hal ini dapat dibuktikan dari produk yang mereka produksi, di mana produk-produk tersebut tidak mencantumkan nomor PIRT dari DINKES. Tentunya akan menimbulkan berbagai masalah dalam hal produksi, pemasaran produk, dan legalitas usaha tersebut.

Berdasarkan sudut pandang sektor ekonomi dari data profil desa serta didukung penjelasan dari beberapa kepala dusun menyatakan perekonomian masyarakat Desa Gelung bisa dikatakan masih sebagian besar dibawah rata-rata. Sebagian besar masyarakat Desa Gelung menggantungkan hidupnya pada hasil melaut dan pertanian karena wilayah yang dekat dan berbatasan langsung dengan laut yaitu selat madura sehingga mempunyai hasil laut yang sangat melimpah yaitu ikan laut. Masyarakat Desa Gelung kadang-kadang ada yang tidak melaut namun mereka bekerja di sektor pertanian, industri, dan lain sebagainya.

Kecamatan Panarukan merupakan wilayah strategis untuk pengembangan usaha pengolahan produk kerupuk dan rengginang yang berbahan sebagian besar dari ikan laut. Salah satu desa di Kecamatan Panarukan yaitu Desa Gelung Selatan merupakan daerah penangkapan ikan laut paling potensial di wilayah Provinsi Jawa Timur.

Dengan adanya potensi wilayah ini meningkatkan keinginan nelayan setempat untuk melakukan aktivitas penangkapan dan memanfaatkan hasil laut menjadi produk yang mempunyai nilai tambah maupun nilai ekonomis. Ikan laut merupakan salah satu hewan laut yang memiliki protein sangat tinggi dan kalori yang rendah. Nilai protein pada ikan sudah di kategorikan *complete protein* karena kadar asam amino yang tinggi, berprofil lengkap dan sekitar 85-95 persennya mudah dicerna oleh tubuh manusia. Oleh karena itu, beberapa produk pangan berbahan dasar ikan sangat banyak kita jumpai di wilayah ini. Hasil olahan ikan laut yang ada di Desa Gelung yaitu kerupuk dan rengginang.

Kerupuk dan rengginang ini merupakan hasil produk yang bahannya sebagian besar dari ikan laut. Kerupuk dan rengginang ini merupakan makanan ringan yang sangat digemari oleh kalangan anak-anak maupun dewasa karena harga yang masih terjangkau. Pada umumnya masyarakat Indonesia sangat menyukai kerupuk dan rengginang, hal itu dikarenakan kerupuk dan rengginang yang gurih serta bisa dimakan secara langsung sebagai kudapan atau dijadikan pendamping lauk pauk.

Salah satu masyarakat produktif di desa Gelung mempunyai usaha yang merupakan UMKM usaha kerupuk dan rengginang yang banyak memperkerjakan karyawan dari desa Desa Gelung yaitu kerupuk dan rengginang “Syarifah” dan “Yoyo”. Pengrajin kerupuk dan rengginang ini produksinya asli berbahan ikan laut segar namun masih dalam hal kemasan masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana dengan bahan dasar plastik yang dikemas dengan staples. Secara umum kondisi masyarakat Desa Gelung merupakan masyarakat dengan keadaan ekonomi menengah ke bawah. Pada umumnya kerupuk dan rengginan yang dijual di Desa Gelung tersebut dijual dengan kemasan 1/2 - 1 kg. Dengan adanya kondisi kemasan tersebut memungkinkan produk kerupuk dan rengginan tidak bisa tahan lama kerenyahannya serta mempengaruhi rasa. Apalagi produk tersebut dikirim ke antar kabupaten sehingga harus didukung kondisi kemasan produk yang rapi dan rapat agar pelanggan tetap bertahan dan meningkatkan volume penjualan dari pengrajin kerupuk dan rengginang ini.

Pemasaran merupakan salah satu upaya bagaimana kita menyampaikan ide-ide atau produk-produk atau jasa kita kepada orang-orang yang menjadi sasaran atau target pasar. Kegiatan pemasaran kerupuk dan rengginang ini adalah dengan cara memasarkan melalui cara

mengirim ke pasar tradisional dan ke toko-toko kecil seperti kios-kios disekitar pantai dan di toko-toko yang menjual kebutuhan pokok.

Penjualan kerupuk dan rengginang tidak hanya di wilayah Panarukan melainkan sudah menembus antar kabupaten yaitu Kabupaten Bondowoso dan Jember, Pasuruan dan Sidoarjo. Pemasaran dan produksi produk kerupuk dan rengginang ini juga masih dipasarkan secara tradisional sehingga pemasarannya belum efektif dan efisien serta menggunakan label yang sangat sederhana dan mesin kemasan yang sederhana pula. Padahal wilayah pemasaran kerupuk dan rengginang diharapkan dapat menembus luar Situbondo bahkan luar Jawa Timur.

Pengembangan usaha kerupuk dan rengginang di Kecamatan Panarukan sudah dilaksanakan oleh beberapa pengrajin, salah satunya di lakukan oleh Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Gelung Kartika dengan usaha kerupuk dan rengginang “Syarifah” dipimpin oleh Ibu Nurul Badriyah, di mana usaha ini sebagai usaha yang mampu bertahan di Desa Gelung khususnya Kampung Gelung Selatan. Dengan adanya usaha pembuatan kerupuk dan rengginang yang dikelola oleh Ibu Nurul Badriyah, saat ini mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Pada saat proses produksi mampu menyerap tenaga kerja sekitar 5-10 orang, yang bekerja dalam proses pembuatan kerupuk dan rengginang. Sedangkan di kampung Gumok melalui Posdaya Dusun Siaga juga terdapat usaha serupa yaitu di bidang kerupuk dan rengginang “Yoyo” dipimpin ibu Nur Hasanah. Usaha ini juga telah memasarkan produknya sampai keluar kota Situbondo namun pemasarannya masih sangat sederhana.

Dalam hal penyediaan bahan baku untuk proses pembuatan kerupuk dan rengginang yang di kelola oleh Ibu Nurul Badriyah dan Ibu Nur Hasanah, ikan laut yang digunakan sebagai bahan baku berasal dari nelayan Panarukan yang masih segar dan baru didapatkan dari kegiatan melaut para nelayan tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan usaha kerupuk dan rengginang yang ada di Kecamatan Panarukan menjadi suatu kegiatan ekonomi pemberdayaan masyarakat yang merupakan alternatif nelayan dalam memasarkan hasil lautnya.

Sampai saat ini pada saat musim ikan laut yang melimpah, nelayan sebagian besar hanya menjual ikan segar saja namun dengan alternatif dan kreatifitas nelayan tersebut ikan laut tidak hanya dijual secara segar melainkan diolah menjadi bahan olahan kerupuk dan rengginang sehingga menghasilkan nilai ekonomi yang semakin bertambah. Dengan adanya

usaha pembuatan kerupuk dan rengginang sangat membantu nelayan dalam memasarkan hasil melautnya tersebut menjadi lebih bervariasi dan mempunyai nilai ekonomis.

Selama ini pengembangan usaha kerupuk dan rengginang di Kecamatan Panarukan terutama untuk sistem pengemasan (*packaging*) dan pemasarannya masih bersifat tradisional, produksi kerupuk dan rengginang masih dikemas dengan menggunakan plastik secara sederhana yaitu direkatkan dengan bantuan lilin atau bagian ujung plastik dilipat dan distaples dan dipasarkan tanpa adanya kegiatan promosi secara modern. Hal ini menyebabkan kemasan menjadi kurang menarik dan jangkauan pemasaran masih belum luas.

Setelah kerupuk dan rengginang selesai diproduksi maka proses selanjutnya adalah proses pelabelan dan pengemasan. Skala produksi kelompok usaha kerupuk dan rengginang Syarifah oleh Ibu Nurul Badriyah dan Nur Hasanah sudah relatif besar. Untuk saat ini ketersediaan kerupuk dan rengginang masih relatif rendah dibandingkan dengan tingkat kebutuhan untuk pasokan industri ataupun kebutuhan rumah tangga yang masih cukup melimpah di seluruh wilayah di Indonesia. Maka dengan adanya pelabelan, pengemasan dan pemasaran yang lebih modern akan meningkatkan produk kerupuk dan rengginang Syarifah memiliki kualitas bagus dengan biaya produksi rendah masih sangat terbuka untuk pengembangan ke depan.

Beberapa keuntungan apabila kerupuk dan rengginang dengan label dan kemasan serta pemasaran yang efektif antara lain mudah/praktis pada waktu pemakaian, menghemat biaya dan waktu untuk memasarkan/mendistribusikan, tidak memerlukan bagian ujung plastik dilipat dan distaples secara manual yang memakan waktu lama karena mudah dalam pengemasannya yaitu *dipress* dengan alat yang modern, kebersihan terjamin, mengurangi tingkat keteledoran karyawan bagian ujung plastik yang distaples sehingga kemasan tidak akan berlobang terkena angin sehingga produk kerupuk dan rengginang lebih tahan lama dan menjadi lebih bagus serta mutu akan lebih seragam.

Maka untuk lebih meningkatkan mutu hasil dan memenuhi kebutuhan pangsa pasar pada umumnya terdapat beberapa permasalahan-permasalahan antara lain sebagai berikut:

1. Belum adanya kegiatan pemasaran yang tepat karena pemasaran masih dilakukan dengan sangat sederhana dengan hanya mengirim produk tersebut ke toko atau pasar tradisional.

2. Belum adanya penerapan transfer teknologi tepat guna pada tahap pelabelan dan *packaging*/pengemasan produk yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo untuk mengatasi rendahnya kualitas label dan kemasan yang dihasilkan dan dapat meminimalisir biaya produksi dari proses tersebut.
3. Kurang adanya pengembangan usaha yang bisa meningkatkan pendapatan pengrajin kerupuk dan rengginang untuk lebih inovatif dan kreatif misalnya memproduksi produk kerupuk/rengginang dengan berbagai varian kemasan atau varian rasa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **UMKM**

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) :

#### 1. Pengertian UMKM

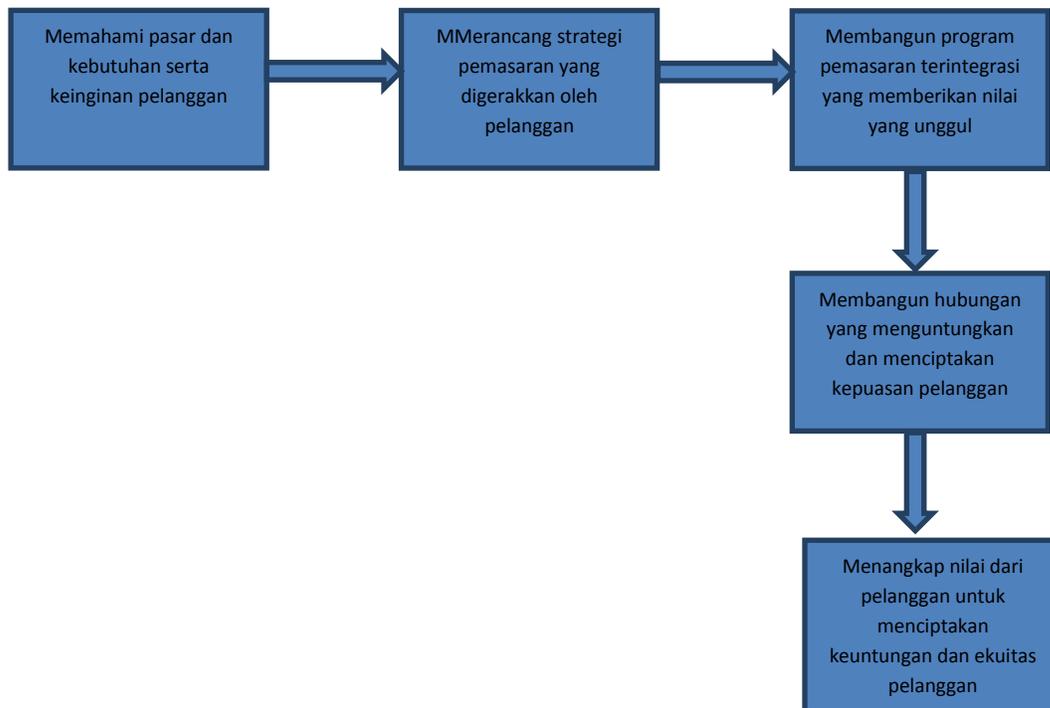
- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

### **Pemasaran**

Menurut Poerwanto (2006) menyatakan, “pemasaran merupakan sebuah proses pertukaran yang melibatkan orang-orang yang mempunyai kebutuhan dan keinginan untuk puas

dan memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang berada di lingkungannya”.

Pemasaran didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.



Gambar 1. Model proses pemasaran (Kotler 2006).

Wijayanti (2012) menyatakan, “Pada zaman modern dan teknologi tinggi, suatu pasar tidak harus terlihat secara fisik berupa gedung-gedung atau kumpulan orang-orang disuatu tempat. Kini, pasar bisa berwujud dan tidak berwujud, baik dalam dunia nyata ataupun duni maya. Demikian juga pemasaran, kegiatan pemasaran tidak terbatas hanya terjadi pada suatu tempat tertentu atau harus melibatkan banyak orang. Di zaman serba teknologi tinggi ini, kita sudah dapat melakukan sistem pemasaran *online* dengan komputer dari/di rumah atau dari/di kantor saja, demikian juga dengan promosi dan penerapannya dalam dunia bisnis”.

Menurut Tjiptono (2008) tujuan akhir konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Dalam kasus organisasi bisnis, tujuan utamanya adalah laba; sedangkan

untuk organisasi nirlaba dan organisasi publik, tujuannya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik.

### Saluran Pemasaran/distribusi



Gambar 2. Saluran Pemasaran (Kotler, 2006)

### Pelabelan

Menurut Satyahadi (2012) Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian dari kemasan tersebut untuk memberikan informasi menyeluruh dan secara utuh dari isi wadah/kemasan produk tersebut.

Pelabelan pada suatu kemasan produk harus dibuat sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas oleh konsumen.

## **Pengemasan**

Menurut Kotler (2008) *Packaging*/kemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus suatu produk. Fungsi dari kemasan, yaitu:

1. Pelindung isi (dari kerusakan, kehilangan)
2. Kemudahan menggunakan produk (alat pemegang, tidak tumpah)
3. Pemakaian ulang (dapat diisi kembali, untuk wadah lain)
4. Daya tarik (artistic, warna, atau desain)
5. Identitas (berkesan kokoh, lembut, atau mewah)
6. Distribusi (mudah disusun, dihitung, atau dipindahkan)
7. Informasi (informasi isi, pemakaian, kualitas)
8. Pengembangan (kemajuan teknologi, daur ulang)

Untuk meningkatkan volume penjualan, pengrajin atau pengusaha harus memberikan keunikan atau ciri khas dari produk. Salah satunya yaitu kemasan produk yang mempunyai peranan penting dalam penjualan. Di mana kemasan saat ini bukan hanya sebagai pembungkus, tetapi juga bisa dijadikan sebagai salah satu alat promosi efektif yang dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk tersebut.

Oleh karena itu dalam membuat kemasan harus dibuat sebegus mungkin. Salah satu alasan konsumen tertarik membeli suatu produk adalah karena kemasan yang menarik. Saat ini kemasan disadari oleh produsen bukan lagi hanya memiliki fungsi melindungi dan membungkus produk. Persaingan produk yang semakin ketat di pasar mengharuskan produsen untuk berfikir keras meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik kepada konsumen melalui aspek artistik, warna, grafis, bentuk maupun desain dari kemasan tersebut.

Menurut Alma (2002;116) fungsi kemasan adalah sebagai berikut:

1. Melindungi barang-barang yang dibungkusnya sewaktu barang-barang tersebut bergerak melalui proses-proses marketing

2. Memudahkan pedagang-pedagang eceran dalam membagi-bagi atau memisahkan barang tersebut.
3. Untuk mempertinggi nilai isinya dengan daya tarik yang ditimbulkan oleh pembungkus sehingga menimbulkan ciri khas produk tersebut.
4. Untuk mengidentifikasi mudah dikenal karena adanya label atau merek yang tertera dalam pembungkus.
5. Pembungkus dapat digunakan sebagai alat komunikasi karena membawa berita atau catatan mengenai produk tersebut.

### **Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga)**

Di desa Gelung Kecamatan Panarukan terdapat dua Posdaya yaitu Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga. Masyarakat desa tersebut merupakan masyarakat produktif yang mempunyai usaha produktif di bidang krupuk ikan dan rengginang. Pengembangan usaha kerupuk dan rengginang di Kecamatan Panarukan sudah dilaksanakan oleh beberapa pengrajin, salah satunya dilakukan oleh Posdaya Gelung Kartika dengan usaha kerupuk dan rengginang “Syarifah” dipimpin oleh Ibu Nurul Badriyah, di mana usaha ini sebagai usaha yang mampu bertahan di Desa Gelung khususnya Kampung Gelung Selatan. Dengan adanya usaha pembuatan kerupuk dan rengginang yang dikelola oleh Ibu Nurul Badriyah, saat ini mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Pada saat proses produksi mampu menyerap tenaga kerja sekitar 5-10 orang, yang bekerja dalam proses pembuatan kerupuk dan rengginang.

Sedangkan di kampung Gumok melalui Posdaya Dusun Siaga juga terdapat usaha yang sama yaitu di bidang kerupuk dan rengginang. Usaha ini adalah kerupuk dan rengginang “Yoyo” dipimpin ibu Nur Hasanah. Usaha ini juga telah memasarkan produknya sampai keluar kota Situbondo namun pemasarannya masih sangat sederhana. Tenaga kerjanya pada saat musim panen order seperti mendekati lebaran sampai 15 orang namun pada hari-hari biasa sekitar 7-10 orang.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pada kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan pelatihan terkait proses pemasaran yang efektif dan efisien serta pelabelan, pengemasan yang modern dan lebih higienis pada pengusaha kerupuk dan rengginang anggota Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga sehingga produk yang dihasilkan akan lebih berkualitas. Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga melalui kegiatan masyarakat produktifnya selain fokus pada bidang ekonomi juga sinergi dengan bidang-bidang yang lain yaitu bidang kesehatan yaitu produk yang dihasilkan oleh masyarakat produktif ini harus menggunakan produk yang higienis dan dikemas dengan higienis pula sehingga produk bisa tahan lama dan tidak cepat rusak.

Usaha pada masyarakat produktif ini dapat merekrut masyarakat sekitar sebagai tenaga karyawan yang produktif dengan memanfaatkan bahan baku dari lingkungan sekitar seperti ikan yang berkualitas sebagai bahan dasar kerupuk maupun rengginang, selanjutnya dari sisi pendidikan kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para pelaku usaha kerupuk dan rengginang dengan pemanfaatan pelabelan yang lebih higienis, alat pengemasan modern, teknologi tepat guna yang baru sehingga dapat meningkatkan efisiensi produksi kerupuk dan rengginang Panarukan, menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang mandiri guna mengurangi jumlah pengangguran di kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

Pada kegiatan ini akan dilakukan kegiatan-kegiatan dengan sosialisasi dan pelatihan yang diawali dengan mengintroduksikan penggunaan alat *press*/kemasan dalam proses pengemasan sehingga mampu meningkatkan kualitas dan menurunkan biaya produksi pembuatan kerupuk dan rengginang. Solusi yang di tawarkan dalam pelaksanaan kegiatan ini terbagi dalam beberapa tahap pelaksanaan dengan sasaran adalah masyarakat produktif pelaku usaha kerupuk dan rengginang anggota Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga Desa Gelung Kecamatan panarukan Kabupaten Situbondo.

Keempat tahapan pelaksanaan tersebut adalah: Pengetahuan Proses Pemasaranyang efektif dan efisien ke konsumen, Alih teknologi ketrampilan pengemasan/*press* dengan menggunakan alat *press Hand Sealer*, Pelaksanaan pemasaran konsumen secara efektif dan efisien dan Penggunaan Alat *Press*/kemasan pada produk yang dihasilkan sehingga pemberdayaan masyarakat desa Gelung lebih meningkat dengan adanya peran aktif Posdaya di lingkungan masyarakat tersebut.

## **Pengetahuan Proses Pemasaran yang efektif dan efisien ke konsumen**

Apabila suatu ide-ide, gagasan atau produk maupun bisnis yang kita tawarkan diterima oleh pancaindera, maka pesan akan direspons oleh indra kita. Respons yang diperoleh harus positif agar target kita berminat, tertarik dan melihat, dan akhirnya membeli produk kita, serta untuk selanjutnya akan memberikan rekomendasi kepada teman dan kerabat lainnya. Hal ini menjadi inti tujuan semua pemasaran dalam dunia nyata atau online dewasa ini.

Kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan secara optimal dan tepat pada sasaran. Oleh karena perlu untuk mengidentifikasi dan mencari solusi yang tepat sehingga pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan dapat lebih meningkatkan kualitas dan mengembangkan usaha produk kerupuk dan rengginangnya.

## **Penggunaan Stiker Label yang Higiniis dan Alih teknologi ketrampilan pengemasan/press dengan menggunakan alat press *hand sealer***

Alih teknologi ketrampilan penggunaan alat press *hand sealer*. merupakan pelatihan bagaimana cara/teknis pengepress-an/pengemasan sebagai salah satu alternatif teknologi yang dewasa ini diyakini mampu menghasilkan terasi dengan mutu tinggi dan tahan lama dan biaya relatif rendah dengan alat *press*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dengan pelabelan, pengemasan dan pemasaran produk kerupuk dan rengginang yang baik maka akan meningkatkan pula kualitas dari produk kerupuk dan rengginang Panarukan tersebut.

## **Pelaksanaan pemasaran konsumen secara efektif dan efisien.**

Dalam pelaksanaan pemasaran kerupuk dan rengginang ini menggunakan pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung dan menggunakan media promosi. Dalam pemasaran langsung pelaku usaha akan bertemu langsung dengan konsumen dan dalam pemasaran tidak langsung pelaku usaha akan bertemu dengan pengecer atau pengepul yang kemudian akan diteruskan ke konsumen. Pemasaran langsung dan tidak langsung ini akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha kerupuk dan rengginang. Dalam hal ini ada strategi yang dapat dilaksanakan ketika pelaku usaha menggunakan pemasaran langsung atau tidak

langsung dengan media promosi sehingga dapat disesuaikan dengan kondisi dari pelaku usaha tersebut.

### **Penggunaan Label yang Higienis, Alat Press/kemasan pada produk Kerupuk dan Rengginang Panarukan Situbondo**

Label yang higienis dan alat press kemasan yang akan digunakan sesuai dengan ukuran dari kapasitas produk yang dihasilkan oleh masyarakat produktif usaha kerupuk rengginang sehingga alat ini dapat berfungsi dengan maksimal. Evaluasi hasil yang dilakukan dengan meninjau langsung Posdaya Gelung kartika dan Dusun Siaga Desa Gelung kecamatan Panarukan kabupaten Situbondo. Masyarakat produktif sebagai pelaku usaha telah melaksanakan proses pemasaran dan palabelan serta pengemasan produk kerupuk dan rengginang yang telah melakukan teknis alat secara tepat, serta melakukan diskusi dan tanya jawab secara langsung dengan pelaku usaha kerupuk dan rengginang sebagai sasaran. Selama kegiatan ini terlaksana selalu dilakukan pemantauan dan monitoring dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Untuk selanjutnya dijalin kerja sama antara Posdaya dan anggota posdaya yakni pelaku unit usaha kerupuk dan rengginang di kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Usaha Kerupuk dan Rengginang “Syarifah” dan “Yoyo” pada Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo**

Terdapat dua posdaya yaitu dusun siaga dan gelung kartika di Kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo. Dusun siaga yang dipimpin oleh Bapak Sunarno, sedangkan gelung kartika dipimpin oleh Bapak Subahir. Sehubungan dusun siaga dan gelung kartika di Kecamatan Panarukan dekat dengan laut antara Kabupaten Situbondo dan selat Pulau Madura. Mereka memanfaatkan hasil laut yang di peroleh yaitu ikan laut. Salah satu makanan yang menggunakan bahan ikan laut yaitu rengginang dan kerupuk. Sebagian besar kedua dusun tersebut berprofesi sebagai pengusaha/pengrajin kerupuk dan rengginang.

Nama pengrajin kerupuk dan rengginang yang ada di dusun siaga lebih akrab di panggil Bu Syarifah (nama anak pertama) dan jarak rumahnya dekat dengan Bapak Sunarno. Pemilik

hampir setiap hari membuat rengginang dan kerupuk, tetapi harus melihat kondisi cuaca terlebih dahulu karena memanfaatkan sinar matahari. Apabila musim kemarau, pemilik memproduksi lumayan banyak untuk di titipkan ke toko-toko dan melayani pesanan luar kota juga. Berbeda dengan kondisi musim hujan yang tidak memproduksi kedua produk sama sekali karena lama keringnya. Pemilik pernah memproduksi rengginang saat musim hujan sekitar 5 kwintal, meskipun di jemur beberapa hari kurang maksimal keringnya sehingga menyebabkan rengginang berbau kurang sedap dan rasa dari rengginang kurang enak. Pada akhirnya rengginang di buang dengan sia-sia. Pada kemasan yang masih distaples dan label yang disablon. Berdasarkan informasi dari dinas kesehatan kabupaten Situbondo, label makanan yang disablon sangat berbahaya apabila terkontaminasi dengan makanan yang ada dalam kemasan tersebut.

Di dusun Gelung Kartika terdapat seorang pengrajin kerupuk dan rengginang yang lebih akrab di panggil Bu Nur dan jarak rumahnya dekat dengan Bapak Subahir. Namun terdapat perbedaan, seperti plastik yang digunakan memiliki berat 0,3 gram dan nama produknya “yoyo” (nama suami). Labelnya tidak menggunakan kertas tetapi sablonan dengan warna merah. Isi tulisan identitas produk hampir sama dengan produk Bu Syarifah. Ukurannya rengginangnya variasi, ada yang kecil, sedang, dan besar. Tidak seperti usaha rengginang Bu Syarifah yang hanya membuat ukuran sedang saja dan harga standar. Pemasaran rengginang Bu Nur sudah sampai di Kota Surabaya dan seminggu sekali pembeli datang mengambil produk rengginang dari Bu Nur.

### **Hasil Interaksi dan Survey Awal ke Posdaya Gelung Kartika dan Dusun Siaga**

Hasil interaksi awal dan survey di kedua lokasi Posdaya tersebut adalah Kedua pengrajin rengginang tersebut memiliki kelemahan pada label yang masih menggunakan sablon yang kurang higienis dan kertas yang kurang praktis dan kemasannya yang ditutup dengan masih menggunakan staples atau lilin. Namun, sekarang ini Bu Syarifah sudah memiliki alat yang dikenal dengan nama *hand sealer* (alat press plastik). Alatnya berukuran kecil sehingga pemilik menuturkan agak kesulitan menggunakan karena kemasan yang dihasilkan tidak rata dan mengkerut, sedangkan Bu Nur hanya menggunakan staples saja.

Label Stiker Higienis merupakan label yang lebih aman dan tidak terkontaminasi dengan bahan kimia dibandingkan dengan sablon dan *Hand sealer* adalah alat press plastik yang

berfungsi sebagai penutup produk dengan rapat dan tidak terkontaminasi dengan lingkungan. Adanya penerapan teknologi secara tepat supaya produksi kerupuk dan rengginang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat produktif usaha kerupuk dan rengginang serta lebih efektif, mudah, dan lebih disukai oleh konsumen dari segi kualitasnya. Usaha bisnis rengginang dan kerupuk yang dijalankan oleh Bu Syarifah dan Bu Nur bisa bertahan dalam jangka panjang.

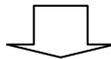
### **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Tahapan-tahapan kegiatan pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan adalah sebagai berikut:

**PERSIAPAN DAN PEMILIHAN BAHAN BAKU UNTUK PRODUKSI**



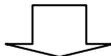
**PERSIAPAN LABEL STIKER HIGINIS, ALAT PENGEMASAN DAN PEMASARAN**



**PELABELAN DENGAN LABEL STIKER YANG HIGINIS DAN PENGEMASAN PRODUK  
KERUPUK&RENGGINANG DENGAN ALAT PRESS**



**PEMASARAN DENGAN SALURAN DISTRIBUSI DAN MEDIA PROMOSI**



**KERUPUK&RENGGINANG BERKUALITAS DENGAN KEMASAN MODERN DAN  
PANGSA PASAR YANG LUAS**

Gambar 3. Tahapan-tahapan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah melalui penyampaian pengetahuan proses pemasaran yang efektif dan efisien ke konsumen, Alih teknologi ketrampilan pelabelan, pengemasan/press dengan menggunakan alat press *Hand Sealer*, Pelaksanaan pemasaran konsumen secara efektif dan efisien dan Penggunaan Alat Press/kemasan pada produk yang dihasilkan sehingga pemberdayaan masyarakat desa Gelung lebih meningkat dengan adanya peran aktif Posdaya di lingkungan masyarakat tersebut.



Gambar 4. Label Pengrajin Kerupuk dan Rengginang Panarukan



Gambar 5. Pengemasan Produk Pengrajin Kerupuk dan Rengginang Panarukan Situbondo

Dari tahapan kegiatan tersebut maka pangsa pasar pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan menjadi lebih luas dan keuntungan menjadi lebih meningkat. Konsumen dari pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo saat ini mampu memilih suatu produk karena sesuai syarat yang akan dibeli misalnya produk yang tahan lama, tidak mudah rusak dan terjaga kualitasnya.

Saat ini konsumen terutama di wilayah perkotaan bahkan di pedesaan seringkali membeli suatu produk tidak untuk segera dikonsumsi atau langsung dimakan tetapi untuk persediaan, sehingga para konsumen ini membutuhkan produk yang terlindungi secara baik isinya, dari kerusakan, berkurangnya isi dan pengaruh cuaca. Dan hal ini juga sangat diperhatikan oleh para konsumen kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelabelan, pengemasan dan pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan dari pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo. Melalui kegiatan pelabelan yang higienis maka dapat meningkatkan kualitas terutama kesehatan dari konsumennya. Sedangkan pengemasan dengan menggunakan alat kemasan yang modern dapat melindungi produk menjadi lebih tahan lama, berkualitas dan dapat mempermudah proses pendistribusian. Selanjutnya dari kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi yang lebih efektif dan menggunakan media promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini. Dari peningkatan kegiatan pelabelan, pengemasan dan pemasaran yang efektif ini maka pengrajin kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo semakin meningkat kuantitas maupun kualitas produknya.

## **Daftar Pustaka**

Alma, Buchari, 2002. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip dan Susanto. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prenhaindo.

Poerwanto. 2006. *New Business Administration*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Tjiptono, Fandi dan Andriana, D. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan! Perlukah?.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.



