

# **ANALISIS KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA KERUPUK IKAN HARUAN HJ. MASPAH BANJARMASIN**

Devi Safitri

Email : [deviisafitri18@gmail.com](mailto:deviisafitri18@gmail.com)

## **ABSTRAK**

**Devi Safitri, 2020. “ Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Ikan Haruan Hj. Maspah Banjarmasin, Pembimbing I : Syahrani, Pembimbing II : Abdul Kadir**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) untuk menganalisis saluran distribusi yang diterapkan pada usaha Kerupuk Ikan Haruan Hj. Maspah Banjarmasin, dan (2) untuk menganalisis saluran distribusi untuk meningkatkan penjualan bagi usaha Kerupuk Ikan Haruan Hj. Maspah Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif yang mana untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang dilakukan, tidak dimaksudkan untuk mengukur hipotesis tertentu, tetapi hanya sebatas menggambarkan apa adanya tentang variabel, gejala dan keadaan lain.

Hasil penelitian menunjukkan (1) usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung, dan (2) usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin belum menerapkan saluran distribusi langsung yang mampu meningkatkan penjualan di masa yang akan datang seperti saluran distribusi langsung dengan marketing digital. Saluran distribusi tidak langsung dengan mengincar pasar modern dan mengencerkannya kesetiap warung. Saluran distribusi semi langsung dengan membuka cabang di daerah lain.

**Kata Kunci : Kebijakan, Saluran Distribusi, dan Meningkatkan Penjualan**

---

## **ABSTRACT**

**Devi Safitri, 2020. “Analysis of Distribution Channel Policy in an Effort to Increase Sales in Haruan Fish Crackers Business Hj. Maspah Banjarmasin, Advisor I: Syahrani, Advisor II: Abdul Kadir**

This Study aims to analyze: (1) to analyze the distribution channels applied to the Haruan Fish Crackers Hj. Maspah Banjarmasin, and (2) to analyze distribution channels to increase sales for the Haruan Fish Crackers Hj. Maspah Banjarmasin.

This study uses a descriptive qualitative research design which is to gather information about the status of symptoms carried out, not intended to measure certain hypotheses, but only to describe what they are about variables, symptoms and other conditions.

The results showed (1) Haruan fish cracker business Hj. Maspah Banjarmasin uses direct and indirect distribution channels, and (2) Haruan fish cracker business Hj. Maspah Banjarmasin has not implemented a direct distribution channel that is able to increase sales in the future such as direct distribution channels with digital marketing. Indirect distribution channel by targeting the modern market and diluting each stall. Semi direct distribution channel by opening branches in other areas.

**Keywords: Wisdom, Distribution Channels, and Increase Sales**

## **PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan baik yang bersifat jangka panjang dan jangka pendek. Pada umumnya sebuah perusahaan atau organisasi bisnis mempunyai tujuan untuk bertahan hidup, mempertinggi daya saing dan tentunya menimalkan biaya produk yang dikeluarkan untuk mencapai laba maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga laba merupakan sesuatu yang sangat penting artinya dalam sebuah perusahaan. Dalam memperoleh laba tidaklah mudah bagi perusahaan, sebab dalam kurun waktu usahanya diantaranya adalah factor pemasaran.

Tumbuhnya pesaing menyebabkan kegiatan pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan karena pemasaran merupakan penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga dengan adanya sistem pemasaran akan menimbulkan suatu hubungan dimana konsumen akan menumbuhkan barang dan produsen akan menghasilkan barang yang dibutuhkan konsumen.

“Marketing mix merupakan kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan dari system pemasaran perusahaan yakni : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.” (Basu Swastha DH, 2009 : 42). Dengan demikian keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola dan menentukan empat variable marketing mix yang saling berhubungan sebagai system.

Pencapaian tujuan perusahaan dibidang pemasaran salah satu kegiatan sangat penting adalah saluran distribusi. Saluran distribusi ini sangatlah penting karena semakin cepat saluran distribusi maka barang akan cepat sampai di tujuan (konsumen).

Dalam kegiatan suatu usaha saluran distribusi merupakan elemen vital, bagi perusahaan sangat perlu melakukan pendistribusian produk hal tersebut dikarenakan distribusi bagian dari proses penyetokan atau penawaran barang kedalam lingkup pasar. Pendistribusian ini dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlajari serta mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan apa yang diperlukan jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan.

Saluran distribusi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan perdagangan. Saluran distribusi inilah yang menjadi perantara khusus antara para konsumen dan produsen Artinya tanpa adanya saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian saluran distribusi hendaknya terus menerus dikembangkan guna meningkatnya luas pemasaran dan sasaran pasar yang ditujukan oleh pengusaha maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai. Adapun saluran distribusi yang baik apabila penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas.

Menurut Gugup Kismono (2001 : 367) “Saluran distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen, termasuk didalam suatu transportasi dan pergudangan”.

Dalam suatu perusahaan produsen tidak hanya melepaskan barang yang diproduksinya dari pergudangan begitu saja, tetapi produsen mampu memperhatikan barang dari pergudangan sampai ke konsumen akhir dan mampu mencari peluang juga memperluas jaringan agar semua wilayah. Dengan itu perusahaan membutuhkan saluran distribusi yang baik dan memadai agar saluran distribusi yang dilakukan berjalan dengan maksimal. Semakin baiknya strategi distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang direbut. Hal itu akan meningkatkan penjualan suatu perusahaan.

Saluran distribusi menjadi pilihan utama karena memiliki banyak kelebihan diantaranya fungsi umumnya yang sering ditemui adalah fungsi pembelian, fungsi

klasifikasi, fungsi promosi dan penyaluran produk. Klasifikasi produk kegiatan ini ditujukan untuk memudahkan pemasaran dan penghitungan barang menjadi lebih mudah. Hal ini juga dapat mempermudah dalam proses pemasarannya khusus dalam melakukan promosi yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah sesuaikan dengan target pasar. Penyaluran produk ini merupakan aktivitas utama distribusi yaitu menyalurkan produk barang kepada konsumen, proses penyaluran harus dilakukan dengan cepat dan tepat agar distributor mendapatkan keuntungan dari kegiatan distribusi yang efektif dan efisien mungkin. Tujuan utama tertarik dengan saluran distribusi adalah dalam melakukan kegiatan distribusi maka menjamin kelangsungan aktivitas produksi dan menjamin produk diterima dengan baik oleh konsumen. Pada hakikatnya proses distribusi yang berjalan dengan baik akan membantu kegiatan produksi, kegiatan distribusi juga menjamin dan memastikan produk dari produsen dapat sampai ke tangan konsumen bisa, distribusi juga dapat memberikan produsen waktu untuk fokus pada kegiatan produksi untuk mempertahankan dan mengembangkan kualitas produksi, aktivitas distribusi juga mampu mengembangkan saluran baru dan menjaga stabilitas perusahaan, melalui distribusi maka harga dipasaran akan stabil dan dapat meningkatkan nilai barang tersebut.

Salah satu industri yang dijalankan yaitu kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin usaha ini memproduksi ikan haruan dan udang. Usaha ini mampu berkembang dengan baik bilamana saluran distribusinya mampu tersebar luas ke berbagai pasar potensial.

## **METODE PENELITIAN**

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, secara sederhana penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang bersumber dari :

### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu sebuah metode penelitian yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan peristiwa-peristiwa atau fenomena yang ada atau yang masih terjadi sampai saat sekarang atau waktu yang lalu berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan. Dalam hal ini adalah analisis kebijaksanaan saluran distribusi dalam upaya meningkatkan penjualan pada usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin.

### **b. Lokasi Penelitian**

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Industri Rumah Tangga kerupuk ikan haruan "Hj Maspah" di Jalan Kuin Utara, Rt. 07. No 101, Kelurahan Kuin Utara, Kecamatan Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan.

### **c. Jenis-jenis Data**

Adapun data yang dikumpulkan dari peneliti ini berasal dari dua sumber yaitu :

1) Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari objek penelitian dengan melalui observasi dan wawancara dalam hal ini adalah usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin.

2) Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitiannya. Data ini biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.

### **d. Teknik Pengumpulan Data**

1) Observasi adalah metode pengamatan dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengandakan pengamatan secara langsung dalam suatu keadaan dari sebuah objek peneliti.

2) Wawancara adalah teknik mengumpulkan data dengan cara Tanya jawab secara langsung dengan pimpinan perusahaan atau pemilik usaha yang sedang diteliti serta orang-orang yang terlibat dalam kegiatan usaha tersebut. Data yang dicari

seperti sejarah perusahaan, tugas dan tanggung jawab, struktur organisasi dan lain sebagainya.

e. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisa data dalam penelitian ini adalah dengan teknik analisa data deskriptif kualitatif yang mana untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang dilakukan, tidak dimaksudkan untuk mengukur hipotesis tertentu, tetapi hanya sebatas menggambarkan apa adanya tentang variable, gejala, dan keadaan lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

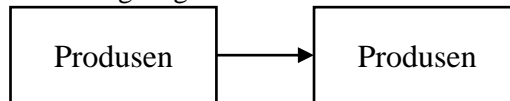
1) Saluran distribusi yang dilakukan pada usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin

Dari data hasil penelitian yang ditemukan, bahwa perusahaan kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin lebih dalam pemasarannya selalu terfokus kepada distribusi secara langsung yaitu dari produsen kepada konsumen, dan tidak langsung tetapi belum maksimal.

Harga jual kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin yaitu berkisar Rp. 90.000,- per satu kilogramnya. Adapun harga jual kerupuk ini sudah cukup bersaing. Kemudian dari segi penampilan produk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin sudah cukup baik, dari segi kerapian pun produk ini sudah cukup baik. Mengenai aroma juga mempunyai kekhasan tersendiri. Walaupun demikian perusahaan harus tetap memikirkan inovasi baru mengenai baru mengenai aroma kerupuk agar produk yang dihasilkan lebih spesifik dan disenangi konsumen.

Saluran distribusi yang dapat meningkatkan usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin sebagai berikut :

(1) Bagan saluran distribusi langsung



Sumber : Usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin

Bentuk saluran distribusi yang diterapkan oleh manajemen usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin yaitu saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa melalui perantara. Produsen dapat menjual produk yang dihasilkannya melalui warung. Oleh karena itu saluran distribusi ini disebut saluran distribusi langsung.

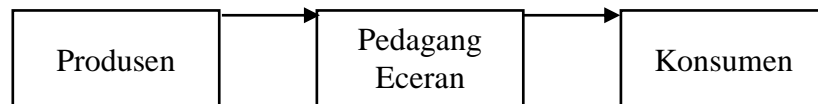
Dalam hal ini Hj. Maspah langsung dapat berkomunikasi dengan konsumen. hal yang utama sangat dijaga adalah menjadikan konsumen sebagai konsumen tetap. Dalam hal ini produsen langsung mendistribusikan kepada konsumen tanpa ada campur tangan orang-orang. Dengan kata lain distribusi langsung ialah suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen langsung kepada konsumen artinya distribusi langsung ini berperan sebagai distributor dan proses distribusinya tidak melalui perantara pihak ketiga.

Dengan distribusi langsung perusahaan bisa langsung berinteraksi dengan konsumen, hal ini membuat perusahaan akan lebih mengenal konsumen dengan baik sehingga dapat melakukan komunikasi yang baik untuk mempertahankan pelanggan. Dengan distribusi langsung perusahaan juga dapat melihat peluang produk lain yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen, perusahaan juga dapat meminta saran dan masukan kepada konsumen untuk produknya.

Distribusi langsung yang dilakukan oleh usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah ialah membuka warung di pinggir jalan didekat rumah dan tempat pengolahan kerupuk ikan haruan letak usaha cukup strategis. Dengan distribusi

langsung membuka warung atau toko usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah menawarkan komunikasi yang ramah dan sopan serta melayani dengan penuh perhatian kepada konsumen guna menarik perhatian kepada konsumen puas terhadap pelayanan yang dilakukan usaha kerupuk ikan haruan ini, dan berharap konsumen yang ada tidak akan meninggalkan atau menjadi pelanggan tetap di usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin.

(2) Bagan saluran distribusi tidak langsung



Sumber : Usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin

Sama halnya pada jenis saluran distribusi langsung (produsen – konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Disini pengencer langsung melakukan pembelian kepada produsen. Adapun beberapa produsen yang mendirikan toko pengencer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif akhir ini tidak umum dipakai. Disini usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin menggunakan pengencer untuk mengambil konsumen tujuannya untuk memperluas pasar agar penjualan agar semakin meningkat.

Dengan saluran distribusi yang seperti ini usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin lebih terbantu dalam hal pemasaran dan penjualan serta mengenalkan produk pasalnya dengan adanya pengencer maka produsen seperti Hj. Maspah mendapatkan pasar yang luas. Karena pasar yang luas memudahkan peningkatan untuk penjualan karena bertambah banyaknya konsumen yang ada karena adanya pengencer tersebut. Distribusi tidak langsung juga berarti suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen yang menggunakan perantara atau pihak ketiga adalah distributor bisa berupa perorangan atau perusahaan distribusi.

Distribusi tidak langsung merupakan distribusi yang menguntungkan dari segi pasar karena meningkatkan jangkauan pasar yang luas karena dibantu dengan distribusi tidak langsung yang artinya ada pihak ketiga adalah distributor bisa berupa perorangan atau perusahaan distribusi yang bias disebut juga pengencer. Usaha yang dilakukan oleh Hj. Maspah juga menerapkan distribusi tidak langsung, guna meningkatkan penjualan karena dari segi pasar yang ada distribusi tidak langsung ini memang cocok dilakukan untuk mengantisipasi ketatnya persaingan pasar dilokasi tempat Hj. Maspah berjualan. Saluran distribusi tidak langsung juga memberikan keuntungan bagi perusahaannya yaitu dari segi transportasi.

Dengan adanya perantara maka biaya transport untuk pengiriman produk tidak menjadi tanggungan perusahaan lagi, hal ini penting untuk produk yang dijual di daerah yang jauh dari produsen. Besarnya jumlah produksi dan banyaknya pesaing membuat alasan sangat mendasar usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin ini menerapkan sistem ini. Setidaknya dengan distribusi tidak langsung ini dapat membuat usaha kerupuk Hj. Maspah maju dan produksinya akan stabil karena barang selalu tersalurkan lewat distribusi tidak langsung dengan demikian proses produksi akan terjaga stabil dan penjualan pun akan terjaga stabil dan pun akan stabil barang akan tidak tersimpan digudang serta penjualan pastinya akan meningkat karena pasar yang luas dengan distribusi tidak langsung yang dilakukan Hj. Maspah.

2) Saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan

Usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin akan menentukan kebijaksanaan dalam saluran distribusi yang akan digunakan untuk menembus pasar sehingga meningkatkan volume penjualan. Adapun data penjualan perusahaan ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin adalah sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**DATA PENJUALAN KERUPUK IKAN HARUAN HJ. MASPAH**  
**BANJARMASIN**

Tahun	Distribusi Langsung	Growth	Distribusi Tidak Langsung	Growth	Total	Growth
2017	5.003		4.570		9.573	
2018	6.326	26,44%	5.231	14,46%	11.557	20,72%
2019	8.441	33,43%	7.643	46,11%	16.084	39,17%

Sumber : Usaha Kerupuk Ikan Haruan Hj. Maspah Banjarmasin

Dari sumber data di atas dapat disimpulkan bahwa hasil penjualan distribusi langsung dari periode tahun 2017 sebesar 5.003 bungkus, dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 26,44% menjadi 6.326 bungkus, sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 33,43% menjadi 8.441 bungkus. Adapun penjualan distribusi tidak langsung pada tahun 2017 sebesar 4.570 bungkus, tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 14,46% menjadi 5.231 bungkus, sedangkan tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 46,11% menjadi 7.643 bungkus.

Sedangkan total penjualan kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin pada tahun 2017 sebesar 9.573 bungkus, tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 20,72% menjadi 11.557 bungkus, sedangkan tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 39,17% menjadi 16.084 bungkus.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa dari tahun 2017-2019 penjualan usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin semakin meningkat dengan distribusi secara langsung memiliki kontribusi yang lebih besar daripada distribusi secara tidak langsung.

Saluran distribusi yang dilakukan oleh usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin dalam upaya meningkatkan penjualan adalah :

1. Saluran Distribusi Langsung Produsen – Konsumen

Saluran distribusi langsung ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan marketing digital yaitu melalui kegiatan *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords ataupun jejaring sosial. Kegiatan marketing digital ini mampu memperluas dan meningkatkan marketing tradisional melalui media berbasis internet seperti jejaring sosial, blog, web site, dan email.

Manfaat dari marketing digital ini meliputi pemasaran digital dapat menghubungkan produsen dengan konsumen di internet, menghasilkan penjualan yang tinggi karena luas jangkauannya, membuat produsen lebih hemat biaya, membantu produsen menjaga posisi terhadap pesaing, bisa bersaing dengan perusahaan besar, dan mempersiapkan diri untuk era internet. Sedangkan untuk kelebihan target bisa diatur, hasilnya cepat terlihat, lebih murah, jangkauan luas, hasil dapat diukur, sarana mengembangkan hubungan, bisa memanfaatkan kekuatan media sosial, ada keseimbangan persaingan, dan tersedia terus menerus.

Pada saluran ini produsen menggunakan alat bantu untuk mendistribusikan produk dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu di bidang media sosial dan media internet. Usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah akan dikenal banyak

konsumen karena media sosial atau media internet memiliki jangkauan pasar yang sangat luas bahkan tidak terbatas. Luasnya jangkauan pasar pada saluran distribusi yang memanfaatkan media sosial dan media internet ini sangat di rekomendasikan pada usaha Hj. Maspah ini mengingat banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha.

Media sosial atau media internet merupakan jalur saluran distribusi yang sangat menjanjikan karena sudah banyak yang menggunakan cara ini dan terbukti berhasil. Saluran distribusi ini merupakan jawaban membuka potensi yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan karena melihat dari manfaatnya yang sangat positif maka bisa dipastikan saluran distribusi dengan menggunakan media sosial atau internet ini sangat besar potensinya untuk meningkatkan penjualan usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin.

## 2. Saluran Distribusi Semi Langsung Produsen – Agen – Konsumen

Saluran Distribusi semi langsung yaitu menyalurkan barang dari konsumen melalui perantara dari produsen atau toko milik sendiri ke konsumen. Saluran distribusi semi langsung ini sangat cocok untuk digunakan di usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin, pasalnya distribusi semi langsung ini dengan membuka agen di daerah lain yang mempunyai potensi besar.

Dengan membuka agen perusahaan akan melebarkan sayap pendistribusiannya lebih luas. Dengan adanya agen tersebut dapat membuat usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin dikenal dan mudah ditemukan produknya di semua daerah. Selama ini usaha kerupuk Hj. Maspah belum menerapkan distribusi secara semi langsung. Dengan membuka agen di daerah nantinya penjualan akan meningkat mengingat bagaimana mudahnya konsumen menemukan barang dan jalur alternatif terdekat yang bisa konsumen datangi.

Usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin dapat menggunakan distribusi semi langsung ini karena pasti akan memudahkan konsumen menemukan produknya dan pasti akan meningkatkan penjualan, dengan distribusi semi langsung produsen juga diuntungkan untuk langsung bisa mendistribusikan produk lewat agen yang ditunjuk tersebut. Sedangkan untuk distribusi ke outlet-outlet di daerah dapat dilakukan oleh agen tersebut.

## 3. Saluran distribusi Produsen – Pengecer – Konsumen

Jenis saluran produsen kepada pengecer dan pengecer kepada konsumen adalah saluran yang sangat tepat untuk usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin. Dengan menyebarkan produk kepada pengecer maka produk akan lebih sangat mudah ditemukan konsumen. Saluran distribusi produsen ke pengecer ke konsumen harus tepat sasaran, sasaran yang dimaksud adalah warung-warung dan toko-toko yang berpotensi memiliki banyak konsumen yang berada di pinggir jalan dan atau di perumahan yang padat penduduk, sehingga dengan banyaknya konsumen di warung atau toko tersebut otomatis potensi untuk menambah konsumen produk akan terbuka lebar.

Sasaran pengecer selanjutnya yaitu pada pasar tradisional dan pasar modern, pasar tradisional disini adalah pasar umum yang banyak pedagangnya di pasar tersebut pasti banyak sekali konsumen yang berdatangan hal ini menjadi peluang bagi usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin untuk mendistribusikan produk kerupuk haruan tersebut.

Pasar modern disini memang cukup susah untuk masuk namun bukan menyalurkan produk ke pasar modern merupakan hal yang sangat positif pasalnya disana banyak sekali konsumen yang memiliki daya beli tinggi. Dengan daya beli yang tinggi akan berpotensi meningkatkan penjualan usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin. Dengan ini saluran distribusi dari produsen ke pengecer ke

konsumen memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan karena masing-masing pengencer memiliki konsumen tersendiri yang mungkin berbeda banyak dan sedikitnya Dalam hal saluran distribusi karena pasarnya sangatlah luas dan mudah dengan demikian pasti akan meningkatkan penjualan.

## **PENUTUP**

### Kesimpulan

- 1) Perusahaan kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin menggunakan saluran distribusi secara langsung dan secara tidak langsung. Saluran langsung yaitu produk disalurkan langsung dari produsen ke konsumen. Saluran tidak langsung yang menggunakan jasa perantara dan juga agen untuk menyalurkan barang kepada konsumen.
- 2) Saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan pada usaha kerupuk ikan haruan Hj. Maspah Banjarmasin dapat dilakukan dengan memasarkan dengan memakai *marketing digital* yaitu melalui kegiatan termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords ataupun jejaring sosial. Melakukan distribusi secara semi langsung yaitu dengan membuka agen di daerah lainnya dan mendistribusikan di pasar tradisional dan pasar modern.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan, maka dapat diberikan beberapa saran untuk usaha kerupuk ikan haruan Hj Maspah Banjarmasin sebagai berikut :

- 1) Saluran distribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan sebaiknya dijaga dengan baik, karena dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang besar.
- 2) Sebaiknya manajemen perusahaan dapat menerapkan alternatif saluran distribusi dalam upaya meningkatkan penjualan melalui marketing digital, membuka agen di daerah lain serta memasukkan produk ke pasar tradisional dan pasar modern.

## **REFERENSI**

Basu Swastha DH. (2009). Azas-Azaz Marketing. Yogyakarta : Liberty

Gugup Kismono. (2010). Bisnis pengantar. Yogyakarta : BPFE

Juhana, 1993. Manajemen Pemasaran, Penerbit Amirco Bandung.

Jauch, R. Lawrence dan William F. Gueck, 1997. Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga Jakarta

Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Terjemahan) jilid I, Penerbit Salemba Empat Jakarta.

Manulang M, 1981. Dasar-dasar Manajemen, Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta.

Philip, 1997. Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid I, Penerbit PT. Prehallindo Jakarta.



Philip dan Gary Armstrong, 1997. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid I, Penerbit Prehalindo Jakarta.

Philip Kotler, 1993. Manajemen Pemasaran. Badan Penerbit Universitas Indonesia Jakarta.

P.And Keller Kevin L, 2007. Manajemen Pemasaran 2, Penerbit Indeks Jakarta.

Swastha dan Irawan, 1986. Manajemen Pemasaran, Penerbit BPFE Yogyakarta.