

**ANALISIS KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI
YANG DITERAPKAN PADA PT. GOLDEN HOPE NUSANTARA
KABUPATEN KOTABARU**

Fauzan Anwari^{1*}, Lamsah², Noorlaily Maulida³

¹Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM 16310646

²Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN 112526201

³Program Studi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN 1119027801

*email: ozanabahreva@gmail.com

ABSTRACT

Fauzan Anwari, 2019, Policy Analysis of Distribution and Promotion Channels Applied to PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency Advisor I: Hj. Lamsah, Advisor II: Noor Laily Maulida

The background of this research was conducted, to determine the analysis of promotion policies and distribution channels in the company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency. The purpose of this study was intended to find out how the role of promotion policies and distribution channels in the company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency. The benefits of the research are expected to be useful in developing the concept of promotional policies and distribution channels in the company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency. The research method used in this research is descriptive-correlational research method. Descriptive-correlational research means that the researcher tries to describe and then tries to link the relationship between promotion policies and distribution channels conducted by PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency for product sales. The results found evidence that promotion policies and distribution channels in the company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency still needs much improvement and further development. This is supported by evidence in the form of; PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency is responsible for its production results have not reached the optimal target expected, then in carrying out the promotion of the management company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency has not yet planned sales promotion activities in a directed manner, so that there are still weaknesses, because the marketing of this furniture is still selling only around the Kotabaru and South Kalimantan regions. Kalimantan region and outside Kalimantan in general, and the company PT. Golden Hope Nusantara Kotabaru Regency is seen experiencing a little stagnation and did not experience significant progress in its production, because there have been many other furniture production of the same type, which also has a big name has made a remarkable breakthrough.

Keywords: Distribution Channels, Promotions

ABSTRAK

Fauzan Anwari, 2019, Analisis Kebijaksanaan Saluran Distribusi Dan Promosi Yang Diterapkan Pada PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru Pembimbing I : Hj. Lamsah, Pembimbing II : Noor Laily Maulida

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana peran kebijakan promosi dan saluran distribusi di perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru. Manfaat penelitian diharapkan berguna untuk mengembangkan konsep kebijaksanaan promosi dan saluran distribusi di perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif-korelational. Penelitian deskriptif-korelational artinya peneliti berusaha menggambarkan dan kemudian mencoba menghubungkan adanya kaitan antara kebijakan promosi dengan saluran distribusi yang dilakukan perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru terhadap penjualan produk. Hasil penelitian menemukan bukti bahwa kebijakan promosi dan saluran distribusi di perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru masih perlu banyak ditingkatkan dan dikembangkan lagi. Hal ini didukung bukti berupa; Perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru ini dalam mempertanggungjawabkan hasil produksinya belum mencapai target optimal yang diharapkan, kemudian dalam melaksanakan promosi pihak manajemen perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru belum merencanakan kegiatan promosi penjualan secara terarah, sehingga dengan demikian masih terdapat kelemahan, karena pemasaran meubel ini masih mengadakan penjualan hanya disekitar daerah Kotabaru dan Kalimantan Selatan saja, seharusnya dalam melaksanakan promosi melalui kegiatan advertesing atau periklanan harus merata kedaerah pemasaran ke wilayah Kalimantan dan luar Kalimantan pada umumnya, dan perusahaan PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru ini terlihat mengalami sedikit mandek dan tidak mengalami kemajuan secara signifikan dalam produksinya, karena telah banyaknya produksi meubel lain dari jenis yang sama, yang juga mempunyai nama besar telah melakukan terobosan yang luar biasa.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Promosi

Pendahuluan

Kekayaan alam Kabupaten Kotabaru sangat lah, yang berbatasan dengan beberapa wilayah, seperti berbatasan dengan laut jawa, laut sulawesi, kalimantan timur dan sebagainya, saling luasnya hutannya pun beraneka ragam jenis kayunya, dan ini apabila tidak dimanfaatkan secara maksimal akan mubajir, dengan alasan diatas PT. Golden Hope Nusantara yang berlokasi di sungai taib kabupaten Kotabaru memanfaatkannya. Karena luas dari sekian banyak hutan tersebut tentunya mempunyai sumber kekayaan alam yang hanya terdapat dipulau Kalimantan Selatan khususnya di Kabupaten Kotabaru, yang merupakan banyak ditumbuhi pohon hutan tropis yang menonjol, seperti hutan kayu gunung meranti dengan segala macam jenisnya. Sebagai salah satu wujud pembangunan di Kabupaten Kotabaru adanya tumbuh beberapa industry-industri, salah satunya adalah Golden Hope Nusantara tersebut, yang usahanya mengelola bahan mentah menjadi barang

jadi atau yang merubah wujud suatu dari yang belum begitu berguna menjadi lebih berguna. Karena dengan adanya industri maka akan mampu memberikan lebih besar terhadap pemenuhan kebutuhan akan barang yang dimiliki, sehingga pada akhirnya mampu menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat di Kabupaten Kotabaru tersebut, yang berada didaerah sekitar lokasi industri tersebut. Jenis kayu meranti yang ada di daerah Kabupaten Kotabaru dan pulau Kalimantan Selatan pada umumnya sangat baik digunakan sebagai bahan baku kayu, seperti pembuatan meubel yang tidak kalah mutunya dengan kayu jati yang dihasilkan dipulau Jawa.

Di samping jenis kayu meranti, kayu lintang, jenis kayu lainnya juga sangat cocok untuk pembuatan meubel tersebut. Jadi di daerah ini bahan baku untuk pembuatan meubel cukup tersedia dan memungkinkan untuk jenis usaha semacam ini dapat dikembangkan. Dengan melihat kenyataan sekarang, bahwa perusahaankesulitan dalam melakukan masalah kebijakan, baik itu terhadap kebijakan distribusi maupun kebijakan promosi, dan harus dibantu dengan konsep teori-teori yang menekankan pada kebijakan tersebut, sehingga dapat merupakan kebutuhan bagi kalangan dunia usaha, dengan kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan usaha yang dilakukan.

Pembangunan ekonomi bangsa Indonesia tercakup didalam UUD 1945, terutama pada pasal 33 undang-undang koperasi, yang menyatakan bahwa pembangunan pada dunia bisnis, harus meliputi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang mana pada umumnya disebut dengan usaha kridit, kecil dan menengah (UKM) tidak bisa diabaikan. PT. Golden Hope Nusantara, yang merupakan cabang dari group besar di Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Meubel Furniture yang turut serta memberikan iklim usaha demi tercapainya ekonomi rakyat yang mengarah kepada penciptaan lapangan kerja dan pemanfaatan potensi alam yang merubahnya menjadi barang jadi kepada barang yang lebih berguna sehingga memberikan nilai tambah untuk dijadikan produk daerah. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut perusahaan melakukan kegiatan operasional berupa produk, pemasaran, keuangan dan administrasi akutansi agar kegiatan ini efisien dan efektif.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah: “Analisis kebijaksanaan saluran distribusi dan promosi yang diterapkan pada PT. Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, terutama dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan”.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif analysis, yaitu :Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”. Sugiyono (2009:35)

Di lihat dari cara pengolahan tersebut di atas, maka perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru menggunakan jenis proses produksinya termasuk dalam golongan proses produksi yang bersifat analisis, karena perusahaan ini menggunakan jenis bahan mentah untuk memproduksi dari satu macam barang jadi.

Tabel 1
Proses Produksi / Tahapan Produksi Pada
PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru



Sumber : PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, 2019

Pada tahapan pertama yaitu penyiapan bahan mentah yang meliputi kegiatan kerja antara lain : penjemuran atau pengeringan bahan mentah kayu berupa papan atau balok kayu penjemuran (pengeringan) dan pada tahap ini jatuh dilakukan pada hari-hari sebelumnya yaitu pada saat bahan baku harus dibeli.

Proses pengeringan bahan baku memerlukan waktu yang cukup lama. Antara 3 sampai 5 hari, sesudah bahan cukup kering maka dilakukan pengamatan dasar, untuk selanjutnya dipotong-potong menurut ukuran yang ditentukan dan siap diolah atau diproduksi oleh bagian pembuatan kerangka.

Pembuatan kerangka sebagai tahapan kedua dari urusan proses produksi tersebut dilakukan setelah adanya order dari pimpinan kepada karyawan yang bertugas dibagian ini. Segala aktivitas kerja yang meliputi teknik-teknik pembuatan dibagian ini berpedoman pada disain (pola) meubel yang telah ditentukan oleh bagian pembuatan kerangka, yaitu dari membuat kerangka badan sampai dengan merangkai serta memasang lapisan-lapisan

berupa maewood, tackwood, sesuai order yang diterima oleh pimpinan perusahaan.

Tahapan selanjutnya adalah pemelituran bahan kerangka setengah jadi dan sebelumnya bahan diampelas terlebih dahulu baru kemudian dipelitur, selesai tahap pemelituran maka sebagian besar yang dihasilkan disiapkan menjadi barang jadi serta siap untuk dipasarkan ke konsumen.

5. Hasil Produksi dan Pemasaran

Seperti yang penulis telah jelaskan di muka, perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru memproduksi berbagai macam meubel.

Pada yang penulis jelaskan bahwa kapasitas produksi pertahun tidak merata hal ini tergantung oleh permintaan konsumen bila permintaan konsumen meningkat maka perusahaan bisa saja menambah jam kerja karyawan (lembur).

Masalah pemasaran pada umumnya merupakan hal yang pokok bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Sebab itu bila mana pelaksanaan pemasaran tidak dilakukan sebagaimana mestinya akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Pemasaran dilakukan sebelum dan sesudah produksi selesai, hal ini dilakukan dalam rangka memindahkan barang-barang dan jasa-jasa ke konsumen dalam hubungannya untuk memperoleh pendapatan dan keuntungan.

Di dalam memasarkan barang dan produk yang dihasilkan perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru mempunyai daerah-daerah pemasaran yang tertentu di Banjarmasin dan sekitarnya dalam artian terbatas.

Adapun pemasaran yang dilakukan yaitu dijual secara langsung kepada konsumen dan dipasarkan ke toko-toko yang menjual peralatan meubel.

Tabel 2

Jumlah Produksi dan Volume Penjualan Pada
Perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru
Tahun 2015-2018

Tahun	Realisasi Produksi	Barang Tersedia	Realisasi Penjualan	Sisa
2015	225	225	225	0
2016	255	255	255	0
2017	215	215	211	4
2018	230	230	211	19

Sumber : PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, 2019

Dari data tersebut diatas volume penjualan yang dapat dilaksanakan telah mencapai produksi riil, hal ini disebabkan tahun belakangan konsumen

cenderung meningkat yang dikarenakan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat baik dan juga mampu bersaing dengan perusahaan lain sejenisnya.

Seperti yang kita ketahui semakin lama semakin banyak muncul perusahaan saingan yang sejenis, disamping itu setiap perusahaan mempunyai kendala pasar untuk menjadi produk yang dihasilkan, yakni bagaimana sebenarnya hasil yang paling baik sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Karena semua berkaitan langsung dengan penentu keuangan dan memperkuat keberadaannya ditengah situasi perekonomian yang semakin kompleks, oleh karena itu diperlukan usaha agar perusahaan dapat bersaing lebih baik lagi dan sanggup bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Karena ditinjau dari segi kebijakan promosi dan saluran distribusi, maka pemasaran perusahaan masih dianggap kurang berkembang dan pada umumnya masih terbatas, walaupun ada beberapa yang membeli dari luar wilayah tersebut.

1. Hasil Penelitian

1). Analisis Kebijakan Saluran Distribusi

Adapun penjelasan faedah-faedah tersebut diatas adalah sebagai berikut :

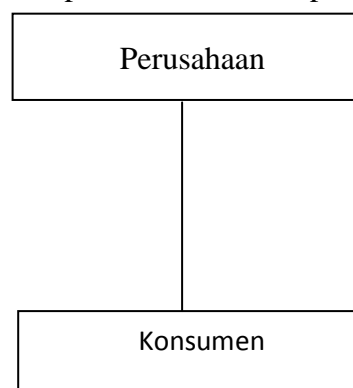
- (1) Faedah Bentuk
- (2) Faedah Waktu
- (3) Faedah Tempat
- (4) Faedah Milik
- (5) Faedah Posisi
- (6) Faedah Pelayanan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan diatas tadi, dapatlah kiranya ditentukan saluran distribusi yang mana sebaliknya dipergunakan oleh perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru agar penjualan hasil produksi perusahaan ini dapat berjalan dengan baik.

2). Kebijakan Distribusi Yang Digunakan Sekarang PT Golden Hope Nusantara

Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, seperti dalam bagan berikut, dibawah ini :

Tabel 3
Saluran Distribusi Yang Digunakan Pada
PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru



Sumber : PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, 2019

Dalam hal kebijaksanaan yang selama ini diterapkan oleh perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru adalah melakukan pencetakan brosur, namun brosur ini tidak diedarkan kemana-mana kecuali bagi pengunjung yang datang dan meminta brosur tersebut.

3). Saluran Distribusi Yang Sebaiknya

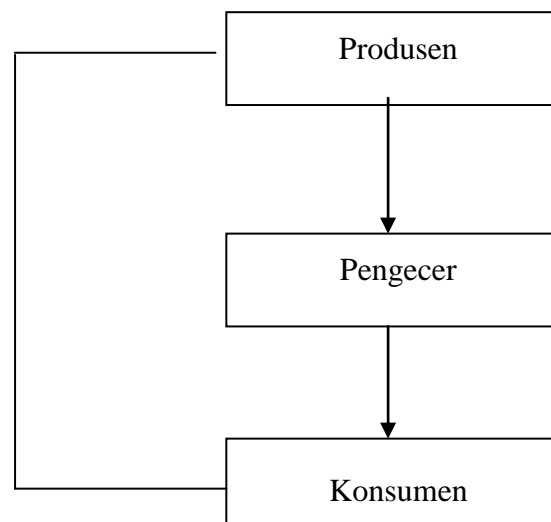
Sebagaimana penulis telah kemukakan terdahulu bahwa perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru tidak memiliki toko penyalur sebagai pengecer, baik didalam daerah Banjarmasin maupun diluar daerah, sedangkan para konsumen yang ingin membeli produk ini langsung datang ke perusahaan, oleh karena itu dalam rangka meningkatkan volume penjualan pemimpin perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru hendaknya dapat mengembangkan usaha melalui pembukaan cabang usaha sebagai mitra dalam rangka perluasan saluran distribusi produksi. Untuk menambahkan saluran distribusi yang telah ada ini bisa juga dengan cara menyewa tempat yang terletak dipertengahan kota atau tempat yang strategis untuk penjualan meubel, serta menjalin kerjasama dengan mitra lain yang berada diluar daerah kota Banjarmasin.

Tetapi mengenai adanya biaya tambahan selama ini tidaklah begitu memberatkan bagi para konsumen sebab mereka sudah mendapatkan penghematan-penghematan, yaitu :

- (1) Ongkos transportasi pengiriman meubel ditanggung oleh pihak perusahaan.
- (2) Adanya general dari pihak perusahaan bahwa barang atau produk akan dijamin sampai tujuan dengan kondisi baik.

Mengenai saluran distribusi yang selanjutnya digunakan oleh perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru bisa dilihat sebagaimana bagan di bawah ini :

Tabel 4
Saluran Distribusi Yang Sebaiknya Pada
PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru



Sumber : Data Olahan, 2019

Jadi berdasarkan saluran distribusi tersebut diatas, penjualan dapat dilakukan dengan cara :

- (1) Dari perusahaan langsung ke konsumen.
- (2) Dari perusahaan ke pedagang atau anak perusahaan selaku mitra kerja terus ke konsumen.
- 5). Promosi Yang di Gunakan Sekarang PT. Golden Hope Nusantara

Kebijaksanaan promosi yang dijalankan oleh PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru dilihat dari kegiatan promosi yang telah penulis jelaskan pada bab terdahulu, maka kegiatan promosi yang digunakan adalah kegiatan promosi dalam bentuk *personel selling*. Artinya produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dalam hal ini PT Golden Hope Kotabaru harus dipasarkan sendiri ke tempat-tempat yang dianggap potensial untuk memerlukan atau membeli produk-produk perusahaan tersebut, artinya perusahaan harus berani door to door dalam memasarkan produk-produk tersebut sehingga dengan diterapkannya kegiatan promosi dalam bentuk *personal selling* perusahaan mengharapkan agar volume penjualan barang produksinya dapat menghasilkan laba yang maksimal.

- 6). Saluran Promosi yang Sebaiknya

Sebagaimana telah penulis kemukakan di bab terdahulu bahwa perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru menggunakan kegiatan promosi dalam bentuk *personal selling*, maka sebaliknya kebijaksanaan promosi yang dapat menunjang dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru tidak hanya menggunakan kegiatan promosi melalui *personel selling* tetapi menggunakan bentuk kegiatan promosi yang lain adalah sebagai berikut : (1)

Sales promotion, (2) Publisitas, (3) Advertesing

2. Pembahasan

- 1) MasalahKebijaksanaan Saluran Distribusi yang digunakan Perusahaan PT Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru

Distribusi yang diinginkan perusahaan PT Hope Nusantara Kabupaten Tanah Bumbu, terutama berdasarkan Intensitas, meliputi :

- (1) Distribusi
- (2) Distribusi Selektif
- (3) Distribusi

- 2) Masalah Kebijakan Promosi yang digunakan Perusahaan PT Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru

Promosi adalah komunikasi yang persuasive, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasive (komunikasi) adalah ada konunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalm sikap dan tingkah laku si penerima. promosi didasarkan pada komunikasi. Pada kenyataannya, promosi yang dilakukan oleh perusahaan PT Hope Nusantara tidak ternilai kecuali jika promosi secara

efektif mengkomunikasikan pesan sebuah perusahaan. Para perusahaan melakukan promosi karena sejumlah alasan :

- (1) Menyediakan informasi,(2) Merangsang permintaan, (3) Membedakan produk,(4) Mengingatkan pelanggan saat ini, (5) Menghadang pesaing , (6)Menjawab berita negative, (7)Memuluskan fluktuasi-fluktuasi permintaan dan (8) Membujuk para pengambil keputusan

PENUTUP

1. Kesimpulan

- 1) Dalam melaksanakan kebijaksanaan saluran distribusi dan promosi pihak pimpinan dan manajemen perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, terlihat masih belum merencanakan kegiatan penjualan secara baik dan terarah, sehingga dengan demikian, terasa masih terdapat kelemahan dalam melaksanakan penjualan produksi.
- 2) Pemasaran berupa meubel masih terfokus pada penjualan hanya disekitar daerah Banjarmasin saja, seharusnya promosi pemasarannya sudah sampai keluar Kalimantan.
- 3) Dalam melaksanakan kebijaksanaan saluran distribusi dan promosi, seperti melalui kegiatan advertesing atau periklanan masih kurang merata kedaerah pemasaran dalam hal ini disebabkan dimana perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru hanya bergantung kepada penyediaan dana dari keuntungan saja, seharusnya sudah memikirkan dana segar atau tambahan dari Bank.
- 4) Perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru ini terlihat realisasi penjualan dalam hal memasarkan hasil produksinya, sehingga terlihat realisasi penjualan maupun produksinya setiap tahunnya mengalami penurunan dan kalau hal ini terus berlanjut mobilitas perusahaan terganggu.
- 5) Perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru ini dalam mempertanggungjawabkan hasil produksinya belum mencapai target yang diharapkan, hal ini disebabkan oleh masih kurang efektifnya promosi yang dijalankan manajemen perusahaan.
- 6) Di dalam usaha untuk memperkenalkan barang hasil produknya sehingga dapat diketahui konsumen sampai ke pelosok-pelosok daerah, perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru memprogramkan kegiatan promosi dengan cara *personel selling* harus dijalankan, karena apabila ini terlaksana kebijakan saluran produksi akan meningkat pula.

2. Saran-saran

Setelah penulis menyimpulkan apa yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu, maka penulis mencoba untuk mengajukan saran, sesuai dengan kemampuan yang ada pada penulis dalam rangka, meningkatkan jumlah penjualan pada perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru, sebagai berikut :

- 1) Untuk meningkatkan volume penjualan, perlu segera dilakukan perbaikan kebijakan pada promosi dan saluran distribusi, artinya perusahaan PT

Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru ini melalui promosi yang tepat, sehingga konsumen yang belum mengetahui barang produksi hasil perusahaan ini dapat mengetahui secara tepat.

- 2) Adapun perbaikan kebijakan promosi yang penulis sarankan adalah berupa Sales Promotion melalui pemberian hadiah atau souvenir setiap pelanggan yang melakukan pembelian banyak produk, mendapatkan potongan harga atau partisipasi aktif dengan melakukan demonstrasi produk pada saat dilakukan atau diselenggarakannya pameran-pameran yang dilakukan oleh instansi pemerintah atau swasta. Promosi melalui publisitas juga cocok dan perlu dilakukan Perusahaan misalnya dengan pembagian stiker atau kartu nama atau brosur-brosur serta pemasangan spanduk-spanduk pada tempat yang dianggap strategis.
- 3) Perbaikan kebijakan saluran distribusi dapat dilakukan dengan mengubah pola dari distribusi selektif menjadi distribusi intensif yakni dengan cara menambah atau memperbanyak jumlah pengecer produk meubel dari yang sebelumnya hanya memiliki beberapa pelanggan menjadi beberapa banyak pelanggan dengan menempatkan beberapa titik yang dianggap dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan tersebut. Hal ini penting dilakukan agar produk meubel, agar pelanggan merasa mudah dan puas terhadap kebijakan yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 4) Dalam usaha untuk mencapai target yang telah ditetapkan pihak pemimpin perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru diharapkan menambah kegiatan promosi melalui kegiatan advertesing dan bukan hanya tergantung kepada pelaksanaan atau yang dijalankan perusahaan. Adapun tujuannya adalah untuk memperkenalkan barang tersebut secara merata, baik melalui radio maupun melalui papan reklame.
- 5) Sebaiknya pimpinan perusahaan PT Golden Hope Nusantara Kabupaten Kotabaru mengangkat tenaga penjualan atau salesman yang cakap dan terampil dalam bidang pemasaran, agar kesempatan dan kesempurnaan dalam penjualan berjalan dengan lancar dan baik, sesuai dengan keinginan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan barang hasil produksinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S, Nnitisemito, 2001, Marketing, Edisi Revisi 1, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Alfani, 2005, Ekonomi dan Perbankan, Fakultas Agama Islam Uniska Bjm, Banjarmasin.
- Basu Swastha, 2009, Azas-Azas Marketing I, Edisi Ketiga, Liberty, Jakarta.
- Basu Swastha, dan Irwan, 2000, Manajemen Pemasaran, Modern, Edisi Kedua, Liberty, Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015.
- Manullung, 2008, Manajemen Pemasaran, Cetakan ke Tiga Penerbit PD Aksara Baru, Jakarta.
- Muchra Rasyid, 2003, Marketing Manajemen I, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Unlam, Banjarmasin.
- Pedoman Penulisan dan Bimbingan Seta Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi, Tahun, 2011.
- Pedoman Penulisan dan Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi, tahun 2011.
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran Jilid 2, Lembaga Erlangga, Jakarta.
- Poerwadarminta, W.J.S, 2001, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta.
- Radiosonu, 2000, Manajemen Pemasaran, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Soehardi Sigit, 2003, Marketing Praktis, Cetakan ke tujuh, Armunita, Yogyakarta.
- Sofyan Assuari, 2000, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Srtategi, CV. Rajawali.
- Sutarto, 2004, Dasar-dasar Organisasi, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- William J, Santon, 2001, Prinsip-prinsip Pemasaran Erlangga, Jakarta.