



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 20%

Date: Friday, July 17, 2020

Statistics: 495 words Plagiarized / 2474 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

ANALISIS **KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI** PADA PT. KREASI BANGUN WARNA BANJARMASIN ABSTRAK Johan Wahyudi¹, Farida Yulianti², Lamsah³ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin sebagai kota **yang cukup besar dan** merupakan lahan tersendiri bagi tumbuhnya bisnis, dimana, sudah menjadi kebutuhan atau rutinitas masyarakat untuk melakukan penyediaan keamanan secara pribadi.

Dengan berkembangnya berbagai toko yang menyediakan berbagai fasilitas dari produk- produk yang ditawarkan, maka **perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan** atau penjualan hendaknya lebih lagi meningkatkan selain mutu dan kualitas produk yang tawarkan juga **promosi dan saluran distribusi** juga harus lebih diperhatikan PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin **merupakan perusahaan yang bergerak** dibidang penjualan peralatan cat dekoratif dengan berbagai tipe dan merk.

Yang berlokasi di Jl. Trans Kalimantan Rt. 09 No. 65 Banjarmasin. Kalimantan Selatan. Kalimantan Selatan. Dalam semangat kebersamaan **sebuah Team Work** PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin tidak hanya memberikan layanan yang terbaik pada sisi penjualan produk saja, namun juga jasa konsultasi untuk mendapatkan efektifitas Security Equipment yang akan dipergunakan oleh konsumen atau pelanggan, demikian pula dengan layanan After Sales Service mendapat porsi yang sesuai pula dengan adanya garansi produk serta adanya teknisi sebagai karyawan tetap.

Distribusi **yang baik dan** lancar di dukung dengan kesiapan memproduksi hasil produksi yang ingin menjual produk ke luar kota, karena apabila hasilnya terdistribusikan ke luar kota akan banyak yang mengenal produknya maka permintaan produk akan semakin banyak. Saran yang dapat diberikan penulis ialah Pemimpin perusahaan hendaknya

senantiasa mengevaluasi efektivitas saluran distribusi dan saluran kegiatan promosinya dan memantau perkembangan dunia bisnis dan lingkungan yang terus berubah dan berkembang untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan tersebut.

Kata Kunci : Saluran Distribusi dan Promosi. ABSTRACT Banjarmasin as a city that is quite large and is a separate land for business growth, where, it has become a necessity or routine for people to provide security in private.

With the development of various stores that provide various facilities of the products offered, companies engaged in trade or sales should further improve in addition to the quality and quality of the products offered as well as promotion and distribution channels should also be given more attention PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin is a company engaged in the sale of decorative paint equipment with various types and brands. Which is located on Jl.

Trans Kalimantan Rt. 09 No. 65 Banjarmasin. South Borneo. South Borneo. In the spirit of togetherness a Team Work of PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin does not only provide the best service in terms of product sales, but also consulting services to obtain the effectiveness of Security Equipment that will be needed by consumers or customers, as well as After Sales Service services receive a portion that is also in accordance with the product warranty and the existence of technicians as permanent employees.

Good and smooth distribution is supported by the readiness to produce products that want to sell products outside the city, because if the results are distributed outside the city, many will know their products, the demand for products will increase. The advice that can be given by the writer is that the company leader should always evaluate the effectiveness of distribution channels and channels of promotional activities and monitor the development of the business world and the environment that is constantly changing and developing to be able to adjust to these changes and developments.

Keywords: Distribution and Promotion Channels

PENDAHULUAN Perubahan suatu lingkungan mempunyai dua arti bagi suatu perusahaan yaitu dapat menjadi suatu peluang untuk meningkatkan dan pengembangan usaha, akan tetapi perubahan tersebut juga dapat menjadikan suatu ancaman bagi perusahaan. Oleh karena itu manajemen perusahaan dituntut untuk selalu bersikap tanggap dan adaptif serta dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan.

Kebijaksanaan manajemen perusahaan merupakan suatu sistem dan keseluruhan ilmu ekonomi, seperti manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen personalia untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan. Salah satu aspek yang cukup penting dalam manajemen pemasaran adalah mengenai saluran distribusi dan promosi.

Dan seperti diketahui bahwa tujuan pemasaran secara langsung maupun tidak langsung adalah untuk melancarkan arus perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Begitu juga dengan masalah promosi, di mana untuk memperkenalkan dan menarik suatu konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan diperlukan suatu media promosi, untuk menarik minat konsumen.

Untuk dapat tercapainya tujuan tersebut, maka salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan adalah mengefektifkan saluran distribusi dan promosi yang ada sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Berbicara mengenai pemasaran tentunya perusahaan berusaha untuk meningkatkan keuntungannya, baik melalui peningkatan produksi, perluasan pemasaran ataupun efisiensi dalam pengelolaan manajemen perusahaan termasuk dalam hal saluran distribusi dan promosi. PT.

Kreasi Bangun Warna Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan peralatan cat dekoratif dengan berbagai tipe dan merk. Dalam aktivitasnya, tidak terlepas dari kegiatan yang mempengaruhi penjualan produk tersebut baik itu kegiatan saluran distribusi dan promosi. Namun kebijakan distribusi dan promosi PT.

Kreasi Bangun Warna Banjarmasin ini menghadapi masalah, bila distribusi dilakukan secara luas, maka semakin tingginya biaya transport dan operasional sementara promosi akan sulit dilakukan mengingat biaya yang dikeluarkan pasti akan semakin besar sementara hasilnya belum tentu dapat meningkatkan volume penjualan. Persaingan yang cukup ketat dalam memasarkan produk tentunya membuat PT.

Kreasi Bangun Warna Banjarmasin mempunyai banyak pesaing lain, yang menawarkan produk yang hampir sama, adanya persaingan usaha ini membawa dampak atau pengaruh terhadap volume penjualan produk pada PT. Kreasi Bangun Warna

Banjarmasin, sehingga akhirnya terlihat kecenderungan menurunnya angka atau volume penjualan pada PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik mengadakan penelitian mengenai kebijaksanaan saluran distribusi dan Promosi pada PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin. Sehingga di sini, penulis memilih judul sesuai dengan permasalahan yang akan diangkat yaitu : "Analisis Kebijakan Saluran Distribusi dan Promosi pada PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin". METODE PENELITIAN penulisan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi.

Data yang digunakan adalah yang bersumber dari data primer dalam bentuk perhitungan. Analisis data dilakukan dengan berpedoman pada data yang diperoleh dari field research (penelitian lapangan) dari data yang telah terkumpul penulis mencoba menelaahnya dengan menggunakan dasar teori sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang kemudian dituangkan / dibuat ke dalam penulisan skripsi ini.

PEMBAHASAN Analisis Kebijakan Saluran Distribusi beberapa macam saluran distribusi yang bisa digunakan oleh suatu perusahaan dalam menyalurkan barang-barang perusahaan agar hasil produksi senantiasa ada tersedia dan mudah didapat oleh konsumen. Sedangkan PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin dalam penjualannya kebanyakan menunggu para pembeli datang pada perusahaan.

Jadi dapat dikatakan penjual pasif dan hanya menunggu para konsumen oleh karenanya volume penjualannya kecil. Sebelum penulis membahas mengenai saluran distribusi yang mana sebaiknya dipergunakan oleh PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin Maka sebelumnya penulis terlebih dahulu mengemukakan pentingnya saluran dalam penciptaan faedah (Utility).

Adapun penjelasan faedah-faedah tersebut adalah sebagai berikut : 1) Faedah Bentuk Faedah bentuk merupakan faedah yang diciptakan oleh adanya perubahan-perubahan dalam kegiatan produksi, meliputi : Perubahan bentuk atau fungsi. Penentuan macam material yang digunakan . Penentuan campuran atau komposisi kimiawi. Perubahan ukuran, bentuk atau dimensi lain dari barang jadi. Pengubahan metode pembuatan.

2) Faedah Waktu Faedah waktu dapat terjadi pada saat konsumen hendak melakukan pembelian, suatu barang akan berguna bagi konsumen jika dihubungkan sebelum maupun sesudah diinginkan. Dalam hal ini saluran distribusi turut membantu dalam penciptaan faedah waktu dengan mengadakan penyimpanan. 4) Faedah Tempat Faedah tempat dapat terjadi pada lokasi yang diinginkan oleh konsumen.

Seorang konsumen tidak akan terpenuhi kepuasannya bilamana barang berada pada lokasi yang jauh, disini saluran distribusi dapat menciptakan faedah tempat dengan mengadakan pengakuan / transportasi. 3) Faedah Milik. Faedah milik menunjukkan kegiatan-kegiatan untuk merubah pemilik suatu barang, baik pembeli industri maupun konsumen, tidak dapat melakukan kegiatan ekonomi mereka tanpa memeriksa barang-barang yang diinginkan.

Biasanya perusahaan ingin memiliki barang-barang untuk keperluan produksi atau dijual dan kepuasan produksi atau dijual dan kepuasannya akan terpenuhi apabila ia dapat memperoleh laba atau dapat mencapai tujuan lain yang diinginkan 2. Saluran Distribusi dan Promosi yang digunakan sekarang Dari data empiris yang ditemukan PT.

Kreasi Bangun Warna Banjarmasin lebih terfokus kepada distribusi semi langsung yaitu dari produsen ke agen-agen lalu kemudian ke konsumen Sebagaimana diketahui bahwa saluran distribusi semi langsung yang paling efektif digunakan dan sekaligus sebagai sarana promosi adalah melalui penyaluran tidak langsung dimana barang yang dihasilkan oleh produsen sebelum sampai ketangan konsumen terlebih dahulu melalui pedagang perantara sebagai penyalur.

Dalam hal promosi kebijaksanaan yang selama ini diterapkan oleh PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin adalah melalui media internet, media sosial, facebook, whatsapp, twitter dan website. Kemudian media cetak berupa iklan pada surat kabar harian Banjarmasin Post, dan juga pemasangan iklan pada radio swasta juga melakukan promosi lewat percetakan brosur yang akan diberikan bagi para pengunjung atau konsumen yang datang. Untuk jenis promosi lain belum juga dilakukan dan juga tidak melakukan pemasangan spanduk. 3.

Saluran Distribusi yang sebaiknya Sebagaimana penulis kemukakan bahwa PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin tidak memiliki toko penyalur yang dijadikan sebagai pengecer, sedangkan para konsumen yang ingin membeli produk perusahaan datang langsung keperusahaan tersebut, meski letaknya tidak begitu jauh dari pusat kota namun banyak terdapat perusahaan lain yang berlokasi disekitar perusahaan.

Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin karena banyaknya pesaing dalam usaha yang serupa. Dan bagi konsumen yang membeli produk PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin, perusahaan menyediakan mobil pick up untuk mengangkut produk yang dibeli di antara daerah di Banjarmasin dan sekitarnya, hal ini untuk memperkecil biaya yang akan dikeluarkan.

Tapi bagi konsumen atau pembeli diluar kota perusahaan tetap tidak mengenakan biaya tambahan ongkos transportasi atau pun upah pemasangan. Tapi mengenai adanya biaya tambahan selama ini tidaklah begitu memberatkan para konsumen sebab sudah merasa mendapatkan pengamatan- pengamatan yaitu : 1) Ongkos yang relatif lebih murah bila dibandingkan mereka mengusahakan sendiri.

2) Adanya garansi dari pihak perusahaan bahwa barang atau produk akan di jamin sampai dengan kondisi baik dan prima. 3) Penghematan waktu, dapat diperbolehkan dalam waktu yang relatif singkat dan cepat. 4) Tidak ada biaya yang dikeluarkan dalam proses transaksi pembelian atau biaya administrasi.

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran distribusi, beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin, untuk meningkatkan penjualan yaitu : Penawaran langsung kepada konsumen. Saluran distribusi secara Geografis. Jumlah Volume Pesanan untuk daerah Tertentu Kebiasaan dalam pembelian. 4.

Kebijaksanaan Promosi Beberapa keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan promosi adalah pemilihan metode dan media yang akan dijadikan sebagai penyebarluasan informasi mengenai produk yang akan ditawarkan dan dikembangkan oleh suatu perusahaan dalam hal ini pada PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin. Promosi Penjualan Promosi penjualan menggunakan sejumlah alat (seperti : diskon; kontes; kupon; sample produk dan lain-lain) untuk menawarkan manfaat.

Personal selling Personal selling sangat efektif dalam tahap pembentukan preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli. Keunggulan utama alat ini Public Relation Publikasi adalah bentuk pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa maupun ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media masa.

Pu Direct Marketing Direct Marketing mencakup beraneka ragam bentuk mulai dari direct mail; telemarketing; hingga internet marketing 5. Kebijakan Saluran Distribusi dan Promosi pada Perusahaan PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin. PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin hendaknya lebih mempertimbangkan saluran distribusi langsung dan tidak langsung agar produk yang dijual dapat menyebar secara luas disemua lini pasar.

Saluran distribusi secara langsung juga memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi dari segi biaya transportasi, dengan adanya perantara maka biaya transport untuk mengirimkan produk tidak menjadi tanggung jawab lagi. Hal ini penting untuk

produk yang dijual di daerah yang jauh dari produsen. Dengan menggunakan **penyaluran barang yang** tepat maka akan mempermudah peredaran dan penjualan barang sehingga akan berpengaruh mengaktifkan kegiatan promosi agar volume penjualan bisa ditingkatkan dan ditunjang dengan saluran distribusi sebagaimana yang dimaksudkan di atas.

Terdapat dua kegiatan promosi **yang dapat digunakan** : Melakukan **kegiatan promosi penjualan** yaitu suatu tindakan nyata dengan memperkenalkan hasil produk kepada masyarakat atau calon konsumen dengan tujuan memperluas pemasaran. Melakukan fungsi advertensi yaitu suatu cara memperkenalkan /menyebarkan informasi mengenai produk melalui iklan yang tujuannya untuk meningkatkan permintaan dan mempertahankan kestabilan usaha dalam pemasaran. PT.

Kreasi Bangun Warna Banjarmasin hendaknya melakukan riset pasar untuk mengetahui tentang keadaan dipasar menyangkut keberhasilan pemasaran oleh produk dari segi **saluran distribusi yang** digunakan, metode promosi, kualitas, harga, penampilan barang dan lain-lain. Dengan demikian PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin akan menentukan kebijaksanaan dalam **saluran distribusi dan promosi yang akan digunakan** untuk menembus pasar.

Demikian analisis yang dapat penulis ajukan **sebagai salah satu usaha meningkatkan volume penjualan** produksi melalui Analisis **kebijakan saluran distribusi dan promosi** secara tepat, diharapkan perusahaan dapat terus eksis menghadapi pesaing **yang cukup ketat** serta dapat meningkatkan keuntungan pada masa mendatang. PENUTUP Pada PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin maka dapat disimpulkan sebagai berikut: PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin, adalah sebuah perusahaan yang berkedudukan di Banjarmasin.

Sebagai perusahaan yang akan dan terus berkembang sesuai dengan Mottonya yaitu "Growth with Quality" maka "kami akan selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anda". Dalam semangat kebersamaan **sebuah Team Work** PT. Kreasi Bangun Warna Banjarmasin tidak hanya memberikan layanan yang terbaik pada sisi penjualan produk saja, namun juga jasa konsultasi untuk mendapatkan efektifitas Security Equipment yang akan dipergunakan oleh konsumen atau pelanggan, demikian pula dengan layanan After Sales Service mendapat porsi yang sesuai pula dengan adanya garansi produk serta adanya teknisi sebagai karyawan tetap.

Distribusi **yang baik dan** lancar di dukung dengan kesiapan memproduksi hasil produksi yang ingin menjual produk ke luar kota, karena apabila hasilnya terdistribusikan ke luar kota akan banyak yang mengenal produknya maka permintaan produk akan semakin

banyak. DAFTAR PUSTAKA A. A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2005. Evaluasi Kinerja SDM. Refika Aditama. Bandung Abraham Maslow in his 2003 paper "A Theory of Human Motivation Arikunto. 2009.

Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik. Jakarta. Rhineka Cipta Arikunto, Suharsimi, 2009, Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta. Barata, Adya Atep. 2013. Marketing. Penerbit Ghalia. Jakarta, Indonesia. Basu Swasta, DH., dan Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Moderen, Liberty, Yogyakarta. Dr. H. M. Alfani, SE., M.Si 2016, Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian, Banjarmasin, Prima jaya komputer. Fandy Tjiptono, 2006, Manajemen Jasa, Andi Offset, Yogyakarta.

Philif Kotler 2013, Manajemen Pemasaran, Penerbit : Badan Penerbit Universitas Indonesia Jakarta Jogiyanto, 2007. Metodologi Penelitian Sistem Informasi, ANDI, Yogyakarta Balai Pustaka, 2003. Kamus umum Bahasa Indonesia. Front Cover. W. J. S. Poerwadarminta, Pusat Bahasa (Indonesia). Kotler, Phillip. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta. Martoyo Susilo, 2006.

Manajemen Personalia, LP3S, Jakarta 2004 Malhorta, 2014, Riset Pemasaran, Erlangga, Jakarta Moezamil, Zahamsari, 2009, Metode Penelitian Sosial, Erlangga, Jakarta Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. Cetakan Ketiga (Revisi). Gajah Mada University Press. Yogyakarta Onong Uchjana Effendy 2008. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, Penulis; Penerbit: Rosda.

Rambat Lupiyoadi, 2010, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta Santoso, dan Tjiptono. 2011, Pengukuran Kepuasan, Gramedia. Jakarta Sofyan Assauri 2017, Manajemen Produksi Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI Jakarta. Stanton, William, (2007). Fundamental of Marketing, Mc. Graw-Hill Book, Tokyo. Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung Sugiyono.

2011, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Bandung. Alfbeta. Tjiptono, Fandy. 2013. Prinsip-prinsip totality service. Yogyakarta. Andi Offset. Winardi, 2009, Manajemen Pemasaran, Alumni, Bandung William J. Stanton, 2009, Prinsip Pemasaran. Airlangga, Jakarta

INTERNET SOURCES:

0% - <http://contohskripsi.idtesis.com/kumpula>

0% - Empty

0% - <https://www.rijalhabibulloh.com/2015/01/>

0% - <https://tipsblogpedia.blogspot.com/2014/>
0% - <https://silo.tips/download/waskita-karya>
0% - <https://www.acset.co/assets/file/investo>
0% - <https://mafiadoc.com/kumpulan-makalah-kb>
0% - <https://www.gurupendidikan.co.id/seleksi>
0% - <http://unpal.ac.id/userfiles/Jurnal-Janu>
0% - <https://www.marxist.com/karl-marx-130-ye>
1% - <https://cseweb.ucsd.edu/~mihir/papers/fs>
0% - <https://www.marketing91.com/what-is-sale>
0% - <https://www.sucofindo.co.id/assets/file/>
0% - <https://hbr.org/2006/05/winning-in-the-a>
0% - <http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/>
0% - <http://home.snu.edu/~jsmith/library/body>
0% - <https://www.britannica.com/topic/supply->
0% - <https://www.nationalarchives.gov.uk/docu>
0% - <https://blog.euromonitor.com/8-ways-iden>
1% - <https://contohskripsikoe.blogspot.com/20>
0% - <https://pendidikan.co.id/pengertian-mana>
0% - <https://coecoem.wordpress.com/2011/11/2>
1% - <https://contohskripsikoe.blogspot.com/20>
0% - <https://mahasiswasuksesmulia.blogspot.co>
1% - <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara->
1% - <https://santimaya123.blogspot.com/2013/1>
1% - <https://www.bing.com/aclick?ld=e8x15R7sq>
0% - <https://anakmene.blogspot.com/2017/02/pe>
0% - <https://bonegambrenk.blogspot.com/2014/0>
0% - <https://dedektoruz.blogspot.com/2015/04/>
0% - <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190808>
0% - <https://fajrisuherman02.blogspot.com/201>
0% - <https://contoh-contohskripsi.blogspot.co>
1% - <https://contohskripsikoe.blogspot.com/20>
0% - <https://zonaskripsi.blogspot.com/2012/03>
0% - <https://repository.ipb.ac.id/bitstream/h>
0% - <https://id.123dok.com/document/zwvrlklq->
0% - <https://penelitianilmiah.com/contoh-sist>
0% - <https://irwansahaja.blogspot.com/2014/11>
0% - <https://strategi-bauranpemasaran.blogspo>
0% - <https://www.researchgate.net/publication>
0% - <https://id.123dok.com/document/zxv57wy->
0% - <https://id.123dok.com/document/q71365ky->

1% - <https://tulisanterkini.com/artikel/artik>
0% - <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/>
1% - <https://tulisanterkini.com/artikel/artik>
0% - <https://prasetiadi.blogspot.com/2010/10/>
0% - <https://id.scribd.com/doc/169058745/Kela>
0% - <https://www.liputan6.com/bisnis/read/387>
0% - <https://www.nafiun.com/2013/05/permintaa>
0% - <https://berbagaialat.blogspot.com/2019/0>
0% - <https://dedektoruz.blogspot.com/2015/04/>
0% - <https://www.mariobd.com/2018/08/pengerti>
0% - <https://ismisimiyatun.blogspot.com/2014/>
0% - <https://thefourmanagement.blogspot.com/2>
0% - <https://bengkulubumiraflesia.blogspot.co>
0% - <https://id.scribd.com/presentation/40570>
0% - <https://www.msn.com/id-id/ekonomi/ekonom>
0% - <https://www.jurnal.id/id/blog/manajemen->
0% - <https://ani-trans.com/>
0% - <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesi>
0% - <https://www.cermati.com/artikel/biaya-bi>
1% - <https://kelasips.com/saluran-distribusi/>
0% - <https://www.konsultanbisnissurabaya.com/>
0% - <https://portal-ilmu.com/pertimbangan-dal>
0% - https://www.slideshare.net/Upi_raharjo/m
0% - <https://id.123dok.com/document/y83374rq->
0% - <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/a>
0% - <http://fe.budiluhur.ac.id/wp-content/upl>
0% - <https://docobook.com/strategi-promosi-wi>
0% - <https://zakiyuddinaslamsyah.blogspot.com>
0% - <https://skripsi2012.blogspot.com/2008/10>
0% - <http://digilib.unila.ac.id/10064/124/BAB>
0% - <https://blogsiffahartas.blogspot.com/201>
0% - <https://mafiadoc.com/prakarya-dan-kewira>
0% - <https://marketingstrategistarbuckkel5.bl>
0% - <https://yusherestiani.blogspot.com/2013/>
0% - <https://www.acset.co/assets/file/investo>
0% - <https://mafiadoc.com/kumpulan-makalah-kb>
0% - <https://dewirosdyana.wordpress.com/>
0% - <https://www.scribd.com/document/13508637>
1% - <http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/>
0% - <http://meis.ui.ac.id/index.php/meis/arti>

0% - <https://nandamiftahulrizki.blogspot.com/>
0% - <http://eprints.umm.ac.id/40092/1/PENDAHU>
1% - <http://eprints.ums.ac.id/30247/10/DAFTAR>
0% - <https://www.tokopedia.com/bursabukubandu>
0% - <http://digilib.unila.ac.id/13607/20/DAFT>
0% - <https://koleksidapus.blogspot.com/2015/1>
0% - <http://eprints.ums.ac.id/14199/10/DAFTAR>
0% - http://eprints.ums.ac.id/27714/7/DAFTAR_
0% - <https://rumahskripsilengkap.blogspot.com>