

ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN INDUSTRI PADA AISYAH BAKERY BANJARMASIN

M Anggey Ridani¹, Husnurrofiq², Siti Mardah³

¹Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM.18310590

²Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NIDN .1105036201

³Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN. 1127098301

Email:anggeygey17@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) kebijakan promosi yang sudah dijalankan oleh Aisyah Bakery, (2) saluran distribusi yang sudah dijalankan oleh Aisyah Bakery dan (3) kebijaksanaan promosi dan saluran distribusi dapat meningkatkan omzet penjualan pada Aisyah Bakery.

Penelitian ini memakai rancangan penelitian deskriptif dan merupakan penelitian survey, dipakai untuk menganalisis strategi distribusi untuk meningkatkan volume penjualan ialah metode dokumentasi, wawancara, dan metode observasi.

Hasil penelitian menunjukkan 1) pada Aisyah Bakery penggunaan strategi pemasaran yang efektif dan efisien tidak dilakukan secara teliti, sehingga terjadinya pemasaran penjualan yang dialami Aisyah Bakery tidak dapat dihindari, 2) saluran distribusi yang dipakai oleh Aisyah Bakery dalam menyampaikan produk hasil produksinya yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung dan 3) kebijaksanaan promosi dan saluran distribusi yang dipakai Aisyah Bakery belum maksimal untuk meningkatkan omzet penjualan. Akan tetapi, ada cara untuk menaikkan omzet penjualan yaitu Aisyah Bakery harus memperbanyak memakai pedagang pengecer dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan.

Kata kunci : Kebijakan Promosi dan saluran distribusi, meningkatkan volum Penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) promotional policies that have been carried out by Aisyah Bakery, (2) distribution channels that have been implemented by Aisyah Bakery and (3) promotional policies and distribution channels can increase sales turnover at Aisyah Bakery.

This study uses a descriptive research design and is a survey research, used to analyze distribution strategies to increase sales volume, namely the method of documentation, interviews, and observation methods.

The results showed 1) at Aisyah Bakery the use of effective and efficient marketing strategies was not carried out carefully, so that the occurrence of sales marketing experienced by Aisyah Bakery was unavoidable, 2) the distribution channel used by Aisyah Bakery in delivering their products was direct distribution channel. and indirectly and 3) the policy of promotion and distribution channels used by Aisyah Bakery has not been maximized to increase sales turnover. However, there is a way to increase sales turnover, namely Aisyah Bakery must use more retailers in terms of marketing the products produced.

Keywords : Promotion policy and distribution channel, increasing sales volume

DAFTAR PUTAKA

- Ananda, Geby Citra. "Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Promosi Pegawai Pada Perguruan Panca Budi Medan." *Jurnal Abdi Ilmu* 12.1 (2019): 102-113.
- Ananingsih, Tuti, Leonardo Budi Hasiholan, and Eko Hadi Wahyono. "Pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk johnson and johnson Indonesia." *Journal of Management* 4.4 (2018).
- Bisma, M. Ardhya, and Aditia Sovia Pramudita. "Analisa minat pembelian online konsumen pada saluran distribusi digital marketplace online di kota Bandung." *Competitive* 14.2 (2019): 36-44.
- Djaharuddin, Dharmawaty. "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Timur Terang Makassar." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer* 3.2 (2017).
- Karundeng, Thessa Natasya, Silvy L. Mandey, and Jacky SB Sumarauw. "Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Kusumawardhani, Dyah, Dewi Rostyaningsih, and Aloysius Rengga. "Implementasi Kebijakan Promosi Potensi Wisata (Pantai Widuri) Kabupaten Pematang." *Journal of Public Policy and Management Review* 5.2 (2016): 491-501.
- Nurseto, Sendhang. "Pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran (Studi Kasus pada UKM furniture Kota Semarang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 7.2 (2018): 103-107.
- Rachman, Gun Gunawan, and Karlina Yuningsih. "Pengaruh biaya distribusi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan (Studi pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung)." *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 10.2 (2016).
- Rajagukguk, Pater. "Analisis kebijakan produk dan promosi terhadap volume penjualan." *Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi* 1.1 (2017).
- Satria, Arief Adi. "Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2.1 (2017): 45-53.
- Sugiarti, Sri, et al. "Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Kebijakan Strategi Promosi Kampus Dengan Metode Weighted Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS)." *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 5.2 (2018): 103-108.
- Suryata, Tithan Wulung. "Implementasi Kebijakan Promosi Potensi Ekonomi Daerah DPMPTSP Kabupaten Sukoharjo." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 3.2 (2020): 256-264
- Tamuntuan, Nisia. "Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013).
- Tulong, Svide Ridel, Altje L. Tumbel, and Indrie D. Palandeng. "Identifikasi saluran distribusi dalam rantai pasokan kentang di Kecamatan Modoinding (Studi di Desa Linelean)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4.1 (2016).
- Wijaya, Mohamad HP. "Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1.4 (2013).