

ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMO PADA PERUSAHAAN IRMA SASIRANGAN DI BANJARMASIN

Indra Wijaya Saputra¹, Farida Yulianti², Dwi Wahyu Artiningsih³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM16310116

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1121076901

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1119056501

Email: indrawijaya0712@gmail.com

ABSTRAK

Indra Wijaya Saputra, 2020, Analisis Kebijakan Saluran Distribusi dan Promosi Pada Perusahaan Irma Sasirangan di Banjarmasin, Pembimbing I : Farida Yulianti, Pembimbing II : Dwi Wahyu Artiningsih

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana kebijakan saluran distribusi dan promosi yang dilakukan pada Irma Sasirangan untuk meningkatkan omzet penjualan (2) Bagaimana kebijakan saluran distribusi dan promosi yang sebaiknya dilakukan pada Irma Sasirangan untuk meningkatkan omzet penjualan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian ini adalah tentang kebijakan saluran distribusi dan promosi pada Irma Sasirangan Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Irma Sasirangan ini industri rumah tangga yang bergerak dalam bidang produksi kain sasirangan (2) Produksi kain sasirangan ini menggunakan saluran distribusi melalui dua cara yaitu saluran langsung yaitu produk yang disalurkan langsung dari produsen ke konsumen, dan yang kedua adalah saluran semi langsung dimana produk disalurkan dari produsen melalui pengecer kemudian ke konsumen

(3) Kebijakan dalam saluran distribusi pada Irma Sasirangan ini bersifat langsung yaitu menjual hasil produksi langsung dari produsen kepada konsumen dengan tujuan dapat memberikan pelayanan langsung kepada konsumen akhir. (4) Promosi yang dilakukan industri rumah tangga ini belum maksimal karena hanya dalam bentuk *personal selling* (tatap muka) saja sehingga banyak orang yang belum mengetahui hasil produksinya

Kata Kunci : Kebijakan, Saluran Distribusi, Promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemento, 2001, *Marketing*, edisi revisi 1, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Alfani, M., 2005, *Kewirausahaan Suatu Pengantar*, Fakultas Ekonomi Uniska Muhammad Arsyad Al Bnjari, Banjarmasin
- Assauri, Sofyan, 2004, *Manajemen Pemasaran*, edisi 1, Cetakan 7, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Assauri, Sofyan, 2002, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 1 cetakan ke lima, Jakarta
- Basu Swasta, DH, 2005, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, PT. Buku Seru, Yogyakarta
- Basu Swasta, DH dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi ke 11 cetakan ke empat, Penerbit Liberty Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2007, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, PT. Buku Seru, Yogyakarta
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, jilid 2, PT. Indeks
- Saladin, Djaslim, 2006, *Fungsi Saluran Distribusi*
[Http://elib.unikom.ac.ad/download.php](http://elib.unikom.ac.ad/download.php)
- Sunyoto, Danang, 2012, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1, PT. Buku Seru, Yogyakarta