

# **ANALISIS KEBIJAKSANAAN BAURAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PT KERUWING INDAH KABUPATEN BARITO KUALA**

Fitri Ihda Asy Ari<sup>1</sup>, Akhmad Samhudi, MM<sup>2</sup>, Farida Yulianti, SE, MM<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi

Program Studi Manajemen

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Email : [Fitryihdaasyari@gmail.com](mailto:Fitryihdaasyari@gmail.com) / No. Hp : 085820519198

## **Abstrak**

Pertumbuhan penduduk setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Tingginya tingkat pertumbuhan ini perlu didukung dengan ketersediaan rumah sebagai salah satu kebutuhan utama. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan swasta atau warga negara berperan dalam penyediaan perumahan. Sehingga untuk memasarkan perumahan yang dihasilkan perlu adanya kebijaksanaan strateginya masing-masing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijaksanaan bauran pemasaran yang diterapkan pada PT Keruwing Indah Kabupaten Barito Kuala serta untuk mengetahui teknik atau cara penjualan yang tepat digunakan pada PT Keruwing Indah. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan menguraikan data yang ada kemudian dianalisis.

Dalam kegiatan pembelian konsumen memperhatikan beberapa faktor seperti produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion) yang kerap disebut Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Produk yang dihasilkan perusahaan sudah memiliki kualitas yang baik namun masih adanya sedikit kekurangan. Harga penjualan rumah ditempat ini cukup bersaing, tetapi untuk pembayaran uang muka masih sangat tinggi. Promosi yang dilakukan seperti spanduk, brosur, media serta personal selling. Perusahaan ini mnegandalkan lokasi yang strategis sehingga menarik konsumen untuk membeli.

Dengan beberapa kelebihan yang dimiliki PT Keruwing Indah maka perumahan ini dapat bersaing ditengah persaingan yang sangat tinggi. Namun untuk dapat lebih enarik minat konsumen PT Keruwing Indah harus melakukan beberapa perbaikan dalam halkualitas produk serta meemaksimalkan penetapan harga.

Kata kunci : Bauran Pemasaran ; Produk: Harga; Lokasi; Promosi

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara terpadat di dunia. Hal ini terjadi karena tingginya tingkat pertumbuhan populasi di setiap daerahnya. Setiap tahunnya pertumbuhan populasi di Indonesia terus meningkat. Tingginya tingkat pertumbuhan populasi di Indonesia perlu didukung dengan ketersediaan rumah sebagai salah satu kebutuhan utama. Namun, disisi lain untuk memenuhi ketersediaan tersebut terkendala dengan sedikitnya lahan yang dapat digunakan untuk pembangunan rumah. Hal ini menjadi peluang bagi PT Keruwing Indah untuk berbisnis. PT Keruwing Indah berdiri sejak tanggal 14 Februari 1987 dengan nama pemilik Bapak Novie Yuliada. Namun, pada tahun tersebut perumahan yang dibangun masih sedikit ( $\pm$  5 unit rumah). Pada tahun 1999 PT Keruwing Indah mulai berkembang dengan bertambahnya unit yang dijual. Hingga pada tahun 2017 PT Keruwing Indah semakin memperluas kegiatan usahanya.

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran, setiap organisasi atau perusahaan perlu kebijaksanaannya masing-masing guna menarik minat konsumen. Salah satu kebijaksanaan strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan perumahan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang meliputi produk, harga, promosi serta distribusi (lokasi). Semua variabel tersebut saling berkaitan satu dengan lainnya. Untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis maka perusahaan harus menentukan dan menetapkan strategi

yang kompetitif khususnya bauran pemasaran.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terutama pada PT Keruwing Indah. Adapun judul penelitian yang diangkat penulis yaitu “Analisis Kebijakan Bauran Pemasaran Perumahan Pada PT Keruwing Indah Kabupaten Barito Kuala”.

Adapun penjelasan judul yang diangkat yaitu sebagai berikut :

- 1) Analisis menurut Komarudin (2007 ; 105) adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadidi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan terpadu.
- 2) Kebijakan menurut Kamus Akuntansi dan Auditing (2012 ; 209) adalah aturan atau seperangkat aturan yang luas yang menentukan dan mengerahkan tindakan-tindakan dalam organisasi.
- 3) Bauran pemasaran menurut Rambat Lupiyoadi (2013 ; 92) adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur program pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan berjalan sukses.
- 4) Perumahan merupakan kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana

- lingkungan. Mustafa, Bisri (2008 : 64)
- 5) PT Keruwing Indah Kabupaten Barito Kuala merupakan tempat dilakukannya penelitian ini. Perusahaan ini bergerak dibidang properti perumahan yang beralamat dijalan Traans Kalimantan KM 7 Handil Bakti Alalak Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan.

Penelitian yang dilakukan pada PT Keruwing Indah Kabupaten Barito Kuala bertujuan untuk mengetahui kebijaksanaan bauran pemasaran perumahan yang diterapkan pada PT Keruwing Indah serta untuk mengetahui teknik atau cara penjualan yang tepat untuk ddigunakan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penyelesaian pnulisan penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode yang sistematis. Adapun metode-metode tersebut sebagai berikut :

### 1) Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi pada PT Keruwing Indah yang beralamat di Jalan Trans Kalimantan Komplek Keruwing Indah Handil Bakti Alalak Kabupaten Barito Kuala. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga selesainya penulisan penlitian ini.

### 2) Data yang diperlukan

Adapun data yang diperlukan penulis sebagai berikut:

#### (1) Data umum

(1.1) Data terkaiit sejarah berdirinya PT Keruwing Indah.

(1.2) Data terkait struktur organisasi ang digunakan PT Keruwing Indah.

### (2) Data Khusus

Adapun data khusus yang diperlukan dalam penelitian ini berkisar seputr kebijaksanaan bauran perumahan yyang diterapkan pada PT Keruwing Indah.

### 3) Sumber data dan teknik pengumpulan data

(1) Penelitian pustaka yaitu penelitian yang dilakukan menggunakan *literature* (kepastakaan) dengan mengumpulkan literature-literatur yang berkaitan dengan manajemen pemasaran yang kemudian digunakan sebagai bahan referensi dalam pemecahan masalah penelitian ini.

(2) Penelitian lapangan, dimana penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung kelapangan yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang lengkap sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. adapun teknik yang dilakukan adalah sebgai berikut :

(1)Wawancara, yang dilakukan dengan pimpinan dan karyawan PT

Keruwing Indah tentang hal penting yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dengan mengajukan beberapa pertanyaan.

- (2) Observasi, yaitu penulis langsung ke objek penelitian sehingga didapatkan data yang jelas sesuai dengan fakta yang ada.
  - (3) Dokumentasi, yaitu penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan dan mendapatkan data yang telah dibukukan.
- 4) Analisis data

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kualitatif yaitu menguraikan data yang dikumpulkan dan dianalisis pada PT Keruwing Indah Jalan Trans Kalimantan Kabupaten Barito Kuala. Data yang digunakan merupakan hasil pengumpulan dari penelitian lapangan yang dibandingkan dengan dasar-dasar teori yang didapat dari bahan pustaka untuk dapat memecahkan masalah yang ada.

Dalam manajemen pemasaran terdapat strategi bauran pemasaran. Di dalam penelitian ini lebih terfokus pada strategi *marketing mix* yaitu dengan melihat 4 variabel bauran (*product, price, place, promotion*) yang menentukan dalam kegiatan pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dapat diketahui bahwa PT Keruwing Indah merupakan developer perumahan yang berpengalaman dibidangnya. Hal ini dapat dilihat dari keberhasilan perumahan ini yang mampu bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat.

Faktor utama yang mempengaruhi kegiatan penjualan perumahan ini dapat dilihat dari segi kualitas serta lokasi dari perumahannya. Namun, faktor harga merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi penelitian ini. Hal ini terjadi karena adanya penentuan tingkat harga yang cukup tinggi terutama untuk uang muka. Harga yang tinggi dipengaruhi oleh penetapan harga yang ditetapkan oleh pemerintah serta tingginya harga bahan baku bangunan juga secara tidak langsung mengakibatkan perumahan menaikkan harga.

Adapun secara rinci penjelasan mengenai variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

### 1) Kebijakan Produk

Produk merupakan barang atau jasa oleh sebuah perusahaan guna menjalankan kegiatan usahanya serta untuk memperoleh keuntungan. Suatu produk dapat bersaing dengan produk lain dengan menampilkan produk yang mempunyai kualitas lebih baik. Dengan kualitas yang baik maka produk tersebut dapat dengan mudah terjual di pasaran.

Perumahan PT Keruwing Indah mempunyai dua tipe 36 dengan

luas tanah 150 m<sup>2</sup> dan tipe 45 dengan luas tanah 130 m<sup>2</sup>.

Meskipun PT Keruwing Indah mempunyai kualitas yang baik. Namun, masih ada kekurangan dalam penegrjaannya. Seperti pemasangan pintu atau jendela yang kurang rapat dan rapi.

Berikut ini merupakan spesifikasi perumahan yang dipasarkan pada PT Keruwing Indah adalah sebagai berikut:

#### Spesifikasi Perumahan Keruwing Indah

No.	Bagian Bangunan	Bahan Bangunan
1.	Pondasi	Cerucuk
2.	Slot/gelagar	Kayu Ulin
3.	Rangka	Kayu Ulin
4.	Tiang	Kayu Ulin
5.	Pintu dan jendela	Meranti
6.	Dinding luar	Ps. Bata Plester
7.	Dinding dalam (skat kamar)	Nusa Board
8.	Finishing luar	Plamir, Cat Tembok
9.	Finishing dalam	Plamir
10.	Lantai Teras	Keramik
11.	Lantai Dalam	Keramik
12.	Plapon	Nusa Board
13.	Atap	Metal Roof

14.	Listrik	Standar PLN
15.	Air	Jaringan PDAM

Sumber : Perumahan Keruwing Indah PT Keruwing Indah (2019)

#### Spesifikasi Perumahan Batola Residen

No.	Bagian Bangunan	Bahan
1.	Pondasi	Cerucuk
2.	Slot/gelagar	Kayu Ulin
3.	Rangka	Kayu Ulin
4.	Tiang	Kayu Ulin
5.	Pintu dan jendela	Meranti
6.	Dinding luar	Ps. Bata Plester
7.	Dinding dalam (skat kamar)	Ps. Bata Ringan
8.	Finishing Luar	Plamir, Cat Tembok
9.	Finishing Dalam	Plamir
10.	Lantai teras	Keramik
11.	Lantai Dalam	Keramik
12.	Plapon	Nusa Board
13.	Atap	Metal Roof
14.	Listrik	Standar PLN
15.	Air	Jaringan PDAM

Sumber : Perumahan Batola Residence PT Keruwing Indah (2019)

Berdasarkan spesifikasi bangunan dari dua perumahan yang dimiliki PT Keruwing Indah bahan yang digunakan mempunyai kualitas yang baik. Namun, masih ada perbedaan bahan bangunan yang digunakan pada bagian dinding dalam (skat kamar). Pada perumahan Keruwing Indah hanya menggunakan nusa board sedangkan pada perumahan Batola Residence menggunakan Ps. Bata Ringan.

Dari perbedaan bahan yang digunakan ada baiknya PT Keruwing Indah menyamaratakan bahan yang digunakan terutama untuk perumahan Keruwing Indah sehingga harga yang diberikan sebanding dengan harga yang ditetapkan.

## 2) Kebijakan Harga

Harga merupakan salah satu variabel *Marketing Mix* yang akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Penetapan harga yang ditetapkan PT Keruwing Indah berdasarkan kebijakan pemerintah yang ditetapkan secara nasional. Selain itu, harga bahan baku juga mempengaruhi harga perumahan. Dengan naiknya harga bahan baku bangunan maka harga perumahan akan mengalami kenaikan juga.

Harga yang ditetapkan PT Keruwing Indah untuk masing-masing tipe rumah berbeda-beda tergantung dengan luas bangunan serta luas tanahnya. Harga tersebut belum termasuk uang pendaftaran atau ikat kavling dan pemasangan PDAM. Adapun harga perumahan serta besaran kredit yang ditetapkan

oleh PT Keruwing Indah adalah sebagai berikut:

### Harga perumahan Keruwing Indah PT Keruwing Indah

Type	Harga	Max Kredit	10 tahun	15 tahun	20 tahun
36/150	Rp 150.000.000,-	Rp 120.000.000,-	Rp 1.620.500,-	Rp 1.307.200,-	Rp 1.166.600,-

Sumber : Perumahan Keruwing Indah PT Keruwing Indah (2019)

Type	Harga	Max Kredit	10 tahun	15 tahun	20 tahun
36/150	Rp 142.000.000,-	Rp 134.900.000,-	Rp 1.455.900,-	Rp 1.083.100,-	Rp 902.000,-

Sumber : Perumahan Batola Residence PT Keruwing Indah (2019)

Adapun harga perumahan type 45 adalah Rp 140.000.000,00 dengan uang muka Rp 35.000.000,00. Serta uang muka yang ditetapkan PT Keruwing Indah untuk type 36 sebesar Rp 30.000.000,00 pada perumahan Keruwing Indah dan Rp 3.100.000,00 untuk perumahan Batola Residence. Dalam penetapan uang muka ini PT Keruwing Indah dapat dikatakan menetapkan harga

yang cukup tinggi terutama pada perumahan Keruwing Indah.

### 3) Kebijakan Lokasi

Dalam mendirikan sebuah perusahaan pemilihan lokasi merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan karena merupakan salah satu faktor yang akan menarik minat konsumen untuk membeli sebuah produk. Adapun faktor yang mempengaruhi lokasi menurut Fandy Tjiptono (2002 ; 92) adalah sebagai berikut:

- 1) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum. Dalam hal ini perumahan pada PT Keruwing Indah memiliki akses yang mudah dijangkau, karena berada dikawasan yang ramai serta berdekatan dengan jalan beasaryang sering dilalui kendaraan atau transsportasi lainnya. Namun, untuk transportasi umum kawasan ini hanya dilalui beberapa transportasi umum saja.
- 2) *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dengan jarak pandang normal. Karena perumahan PT Keruwing Indah berada didekat jalan raya maka akan dapat terlihat dengan jelas. Namun, dalam hal ini pada PT Keruwing Indah tidak adanya penanda nama perumahan yang ada didepan komplek.
- 3) Lalu lintas, yaitu faktor yang menyangkut duapertimbangan utama seperti banyaknya orang lalu lalang serta kepadatan dan kemacetan lalu lintas yang bisa menjadi hambatan. Dalam hal ini PT Keruwing Indah berada diloksi

yang dilalui banyak orang lalu lalang. Apalagi di jam-jam seperti pagi dan sore hari. Hal ini mengakibatkan terjadinya kemacetan di Kawasan Handil Bakti.

- 4) Tempat parker yang luas. Dalam hal ini karena PT Keruwing Indah memasarkan produk perumahan maka fator ini tidak berpengaruh dalam kegiatan penjualan.
- 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada pengembangan dihari kemudian. Perumahan PT Keruwing Indah mempunyailuas wilayah yang besar sehingga jika dihari kemudian adanya pengembangan maka akan mempermudah dalam kegiatannya.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitaryang mendukung produk yang ditawarkan. Fasilitas yang ddiberikan PT Keruwing Indah seperti, sekolah, masjid, arena bermain. Selain fasilitas yang diberikan lokasi perumahan ini juga terdapat pasar, sekolah lain dan pertokoan yang letaknya letaknya tidak begitu jauh dari perumahan.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Kawasan Handil Bakti merupakan pusat perumahan yang berdekatan denga kota Banjarmasin. Kerna hal ini, maka makin banyak perusahaan yang mendirikan perumahan di daerah tersebut sehingga terjadinya ersaingan yang tinggi di kawasan Haandil Bakti.
- 8) Peraturan Pemerintah, yaitu ketentuan yang diberikan pemerintah untuk perusahaan menjalankan usahanyaa. PT Keruwing Indah mempunyai izin

dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sehingga perumahan PT Keruwing Indah dapat beroperasi di lokasi tersebut.

Dari faktor-faktor diatas data disimpulkan bahwa lokasi dalam suatu kegiatan pemasaran dalam bidang properti perumahan sangat memberikan pengaruh guna meningkatkan penjualan. Semakin strategis letak atau lokasi suatu perumahan maka akan semakin banyak minat konsumen untuk membeli.

Perumahan PT Keruwing Indah berlokasi ditempat yang strategis namun masih ada yang perlu diperhatikan seperti, masih adanya jalan yang rusak sehingga ketika terjadi hujan lebat aka nada genangan air. Selain itu masih adanya jalan yang belum di aspal secara keseluruhan terutama pada perumahan Batola Residence. Padahal akses jalan merupakan salah satu faktor yang juga perlu diperhatikan.

#### 4) Kebijakan Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan mengenalkan suatu produk barang yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan yang tidak kalah penting dibandingkan dengan tiga variabel lainnya. Tanpa adanya promosi yang baik maka suatu produk kurang diketahui oleh konsumen secara luas.

Kegiatan promosi terdiri dari beberapa kegiatan ssebagai berikut:

1) Periklanan (*advertising*), merupakan suatu metode untuk berkomunikasi tang bertujuan

untuk meningkatkan reaksi pembeli dengan menggunakan srana media. PT Keruwing Indah masih menggunakan media seperti media sosial, brosur serta spanduk.

Penggunaan media pada PT Keruwing Indah sudah cukup baik, namun yang masih perlu diperbaiki adalah pengunaan brosur dan spanduk yang terlalu lama, jarang terjadi pembaharuan desain.

2) Penjualan perorangan (*personal selling*), yaitu cara penjualan yang dilakukan dengan komunikasi persuasif seorang individu kepada pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Dalam kegiatan pemasarannya PT Keruwing Indah memperkerjakan tenaga khusus yang berpengalaman dibidang *marketing*. Dengan adanya tenaga kerja ini maka kegiatan pemasaran pada PT Keruwing Indah dapat berjalan dengan lancar. Tugas *sales person* yaitu memebrikan informasi serta membujuk konsumen untuk membei.

3) Publisitas, merupakan suatu informasi tentang suatu barang yang disebarluaskan dengan cara membuat berita yang mmempunyai arti komersil tanpa dipungut biaya dari sponsor. Daam hal ini PT Keruwing Indah maasih terfokus pada periklanan serta *personal selling* sehingga publisitas ini kurang digunakan perusahaan guna mempromosikan produk.

4) *Sales Promotion*, merupakan alat kegiatan promosi ang dilakukan dengan peragaan pertunjukan daan pameran, demonstrasi daan berbagai macam usaha penjualan lainnya yang bersifat tidak rutin.



PT Keruwing Indah mengikuti kegiatan pameran dengan mengikuti pameran maka kegiatan promosi akan semakin luas serta dapat dimanfaatkan sebagai sarana membagikan brosur bagi konsumen.

Dengan demikian kebijaksanaan promosi yang kerap dilakukan PT Keruwing Indah masih sebatas periklanan dan *personal selling* serta *sales promotion* dengan mengikuti pameran yang berkaitan.

## Penutup

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas. Maka dapat diuraikan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Produk yang dijual pada PT Keruwing Indah sudah memiliki kualitas yang baik. Namun, masih ada kekurangan dalam pengerjaan seperti pintu yang kurang rapat.
- 2) Harga yang ditetapkan bersaing dengan perumahan lainnya. Hal ini disebabkan karena lokasi perumahan yang strategis. Dengan angsuran rata-rata diatas satu juta. Namun, uang muka yang ditetapkan masih sangat tinggi.
- 3) Variabel bauran pemasaran pada perumahan PT Keruwing Indah memeberikan pengaruhnya masing-masing terutama lokasi. Hal ini dapat dilihat dengan penentuan lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya sehingga dapat

menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Namun, akses jalan perumahannya sebagian masih belum diaspal, serta beberapa jalan mengalami kerusakan seperti jalan yang berlubang. Selain itu adakalanya terjadi kemacetan dijalan utama menuju akses perumahan.

- 4) Promosi yang dilakukan masih sebatas menggunakan tenaga penjual yang dipekerjakan pihak perusahaan serta penggunaan iklan seperti spanduk dan brosur.
- 5) Berdasarkan pada tinjauan langsung serta data penjualan pada PT Keruwing Indah sejauh ini penjualan perumahan perusahaan tidak mengalami penurunan sehingga kegiatan penjualan dapat berjalan dengan lancar.

### 2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan kepada PT Keruwing Indah yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat bertahan ditengah persaingan yang ada adalah sebagai berikut:

- 1) Lebih memperhatikan teknik penjualan yang baik. Adapun teknik yang baik tersebut yaitu dengan meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan baik dari segi produk, harga serta lokasinya.
- 2) Lebih meningkatkan kualitas produkyang ada. Dengan memperhatikan kesalahan-kesalahan dalam pengerjaan serta melakukan pengecekan

terhadap material yang digunakan. Sehingga kesalahan atau kerusakan yang diakibatkan dapat ddiminimalisir. Jika adanya peningkatan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pula.

- 3) Diharapkan untuk PT Keruwing Indah lebih memaksimalkan penetapan harga. Ebab dengan penetapan harga yang tinggi terutama pada uang muka akan mengakibatkan konsumen lebih mempertimbangkan untuk membeli perumahan di perusahaan lain.
- 4) Lebih meningkatkan fasilitas yang ada pada perumahan tersebut. Terutama dengan melakukan perbaikan akses jalan serta membuat jalur alternatif untuk menghindari kemacetan yang ada.

### Referensi

Danang Sunaryo. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT Buku Seru

Freddy Rangkuti. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Giska Isma Nengsih. (2014). *Analisis Kebijakan Bauran Pemasaran Pada GSM Simpati di NR Ponsel Kota Banjarmasin*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan

Halimatus Sa'diah. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Lokasi Dalam Meningkatkan Profit Restoran Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Kantor Pos Banjarmasin*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan

Islahuzzaman (2012). *Istilah-Istilah Akuntansi & Auditing*. Cetakan pertama. Jakarta: Bumi Aksara

Lupioyadi, Rambat. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

M. Musrid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke Tujuh. Jakarta: Bumi Aksara

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi

Yenni Amalia Agustina. (2014). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Springbed Pada PT Putra Borneo Lestari Cabang Banjarmasin*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan

**SURAT KETERANGAN**  
**PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH DAN SKRIPSI**

Pada hari ini Koroni, tanggal 8 bulan Agustus tahun 2019, telah dilakukan verifikasi dan validasi artikel ilmiah dan skripsi Mahasiswa atas nama :

**N a m a** : FITRI WDA ASY ARI  
**N P M** : 15 31 0069  
**F a k u l t a s** : EKONOMI  
**Jurusan / Program Studi** : MANAJEMEN  
**Tahun Masuk/Semester** : 2015 / GANJIL  
**Tahun Lulus/ Semester** : 2019 /  
**Indek Kumulatif (IPK)** : 3,63  
**Hasil Plagiasi** : 9 %  
**Letter Of Acceptance (LOA)** : Ada / Tidak Ada (*Coret tidak perlu*)

Dinyatakan memenuhi syarat dan ketentuan untuk melakukan pendaftaran yudisium pada semester Ganjil/Genap Tahun akademik 2018/2019...


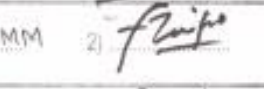
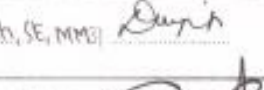
Banjarmasin, 8 Agustus 2019.....

Mahasiswa,



FITRI WDA ASY ARI

Mengetahui / Menyetujui:

1) Pembimbing I	: Drs. H. Akhmad Sembudi, MM	1) 
2) Pembimbing II	: Hj. Farida Yulianti, SE, MM	2) 
3) Ketua Program Studi	: Dr. Dwi Wahyu Anhangaiti, SE, MM	3) 
4) UPT Publikasi dan Pengelolaan Jurnal	: Antoni Pardede, S.Si, M.Si., Ph.D	4) 