

Analisis Penjualan Produk Perabotan Rumah Tangga Pada Usaha Dagang Meubel SRN Pangkalan Bun

Muhammad Wandu Maulana¹⁾, Tonich Uda²⁾, Rinto Alexandro³⁾

¹²³ Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Palangka Raya
E-Mail: rinto.alexandro@kip.upr.ac.id

ABSTRAK

Dalam sebuah organisasi/ usaha dagang setiap menjalankan aktivitasnya mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Penjualan dapat diartikan sebagai usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarnya. Dalam hal ini penjualan merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan pada pasar yang dituju (sasaran). Khusus dalam bidang penjualan produk terdiri dari perencanaan, penerapan, dan pengendalian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan produk yang diterapkan oleh meubel SRN tetap memperhatikan (perencanaan, penerapan, dan pengendalian). Dalam hal keterkaitan perencanaan, penerapan, dan pengendalian adalah untuk dapat memaksimalkan kemungkinan perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasaran jangka pendek dan jangka panjang dalam sasaran pasar yang telah ditetapkan. Di samping itu juga dimaksudkan untuk dapat mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber-sumber daya yang terdapat dalam bidang penjualan, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi yang dihadapi dalam lingkungan penjualan yang ada di dalam maupun di luar meubel.

Kata Kunci: Usaha Dagang, Penjualan Produk

PENDAHULUAN

Sistem kemajuan pembangunan ekonomi tentunya membawa konsekuensi perubahan dalam aspek sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Salah satu program pembangunan ekonomi daerah yang ditekankan pada Provinsi Kalimantan Tengah untuk kesejahteraan masyarakat. Kegiatan dalam menunjang kelangsungan usaha merupakan peranan penting dalam perkembangan suatu perusahaan dan usaha dagang melalui penciptaan iklim yang kondusif dan pemberian kesempatan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk berwirausaha serta perkuatan penjualan dengan peningkatan kemudahan akses terhadap sumber modal, teknologi, pasar, informasi, SDM, organisasi, dan manajemen. Kebijakan pemerintah dalam pembangunan ekonomi adalah lebih diarahkan kepada terwujudnya demokrasi ekonomi, dimana masyarakat harus memegang peranan aktif dalam kegiatan pembangunan tersebut. Salah satu caranya adalah melalui Usaha Dagang. Melalui usaha dagang pemerintah melakukan pembinaan bagi masyarakat menengah kebawah khususnya guna meningkatkan kemampuan masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Terutama dalam hal konsumsi barang. Maka dari itu usaha dagang yang bergerak dalam usaha perabotan rumah tangga, atau memasarkan barang-barang kebutuhan bagi masyarakat akan sangat membantu dalam hal ini. Melalui pemasaran yang baik dan tepat merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan kelangsungan hidup usaha, dimana erat kaitannya dengan penjualan barang maupun jasa. Menurut Kotler (1997 : 8) Pemasaran adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapat kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan produk yang bernilai satu sama lain. Salah satu indikator yang digunakan untuk melihat efektifitas pemasaran bisa dilihat dari kebijaksanaan pelaksanaan penjualan produk yang dijalankan oleh meubel yang berbentuk barang. Permasalahan yang timbul di era sekarang ini kurang tepatnya pelaksanaan strategi penjualan produk yang baik sehingga menyebabkan perusahaan sejenis dalam bentuk penawaran barang-barang kebutuhan hidup konsumen dalam pemasarannya kurang maksimal. Seiring semakin maraknya berdirinya meubel-meubel lainnya dari pesaing khususnya di Kota Pangkalan Bun juga semakin mempengaruhi

persaingan yang kuat dalam memperoleh konsumen. Pelaksanaan penjualan produk yang tepat akan sangat mempengaruhi produktifitas dari perusahaan itu sendiri, sehingga mampu terus tumbuh dan berkembang dalam usahanya. Sebaliknya apabila pelaksanaan penjualan produk yang kurang tepat dan tidak sesuai akan berpengaruh buruk bagi perusahaan itu sendiri. Begitu pula pada Usaha Dagang Meubel SRN Pangkalan Bun yang didirikan pada tanggal 15 Oktober 1994 yang sekarang berdiri kokoh di Jl. Prakusuma Yudha RT. XII sebagai pusatnya. Nama SRN itu sendiri di ambil dari nama pemilik usaha, beliau bernama H. Sauran. Seiring dengan berjalannya waktu, kegiatan usaha pada perabotan rumah tangga ini mulai menampakan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun, tetapi pada pertengahan berjalannya usaha ini muncul permasalahan internal di dalam usaha itu sendiri. Sehingga usaha dagang tersebut sempat berhenti beroperasi selama dua bulan, yaitu mulai bulan Maret sampai April 2007. Dengan berbagai pertimbangan dan banyak permintaan, sehingga keberadaan usaha dagang ini dianggap sangat penting. Maka pihak dari keluargayaitu anak dan istri mengambil alih usaha dagang perabotan rumah tangga SRN Pangkalan Bun dan mulai beroperasi kembali pada tanggal 4 Mei 2007.

Meubel ini menyediakan berbagai merk barang seperti:

1. *Ukiran Jati* yang mana terdapat kursi dan meja.
2. *Big Land* yaitu berupa tempat tidur, lemari, meja belajar, dan lain-lain.
3. *Olympic* yaitu berupa tempat tidur, sofa, kursi, bantal, guling, lemari pakaian.
4. *Sentral* yaitu berupa tempat tidur, meja, kursi, meja hias, dan lain-lain.
5. *Comportay* yaitu berupa lampu hias, tempat tidur, kursi, tas, bantal, guling.

Berbagai macam jenis barang ini dijual untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pada umumnya. Melalui penerapan pelaksanaan penjualan produk yang baik, hal ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang pernah terjadi pada meubel SRN Pangkalan Bun sehingga usaha ini berjalan sesuai dengan arah tujuannya. Karena penjualan produk merupakan salah satu strategi yang baik dalam pengoptimalan pemasaran yang dilaksanakan meubel SRN Pangkalan Bun. Dalam proses penjualan produk meubel sampai kepada pelanggan melalui tahapan-tahapan panjang. Barang atau produk masuk pengambilan barang/produk tersebut dari industry besar/pemasok barang kepada pemilik meubel melalui jasa transportasi air yaitu kapal feri. Produk tersebut adalah produk barang jadi yang dapat dikirim langsung kepada pemasok kecil seperti pemilik meubel SRN. Pengambilan produk di pilih dari pulau Jawa. Produk tersebut sampai pada pemilik meubel dalam kurun waktu satu sampai dua hari. Setelah barang sampai pada pemilik meubel barang tersebut di cek, lalu masuk pada tahap penginputan harga berdasarkan harga dasar pembelian dari industri sebelumnya. Kemudian produk-produk dipajang di dalam meubel. Produk siap dipasarkan dan diperjualbelikan kepada pelanggan atau konsumen. Dalam proses penjualan terdapat potongan harga untuk penjualan tunai mendapat potongan 2% /satu kali pembelian sedangkan penjualan kredit mendapat potongan 0,5% / satu kali pembelian. Berpedoman pada pendapat tersebut, maka rumusan masalah yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana Pelaksanaan Penjualan Produkberfokus pada Perencanaan, Penerapan dan Pengendalian pada Meubel SRN Pangkalan Bun.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif bukan terbatas pada pengumpulan data dan penyusunan data, tetapi juga menganalisa untuk menarik kesimpulan. Memecahkan masalah mengenai kebijaksanaan pelaksanaan Penjualan Produk Perabotan Rumah Tangga pada Usaha Dagang Meubel SRN Pangkalan Bun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu kelemahan pengusaha kita adalah dalam bidang perencanaan. dalam hal ini pemilik Meubel SRN Pangkalan Bun mengatakan bahwa di dalam manajemen selalu mengupayakan target yang akan di capai dalam penjualan, dengan melalui pelayanan, keunggulan desain, serta kualitas yang patut di tonjolkan dalam membantu tercapainya tujuan yang efektif dan efisien. *Sumber Data: Meubel SRN Pangkalan Bun (2015)*. Tujuan dan sasaran meubel yang harus di upayakan guna

mencapai target penjualan, baik melalui pelayanan, kualitas dan kuantitas penjualan meubel SRN Pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).

Merumuskan apa yang akan dilakukan di masa akan datang. Namun kesalahan ini sudah mulai di koreksi oleh perkembangan kemajuan bidang bisnis dan ilmu manajemen khususnya pemasaran. Perkembangan bisnis dan manajemen pemasaran mengharuskan melakukan perencanaan yang matang karena manfaatnya yang demikian besar maka sewajarnya pengusaha menerapkan konsep perencanaan ini yang semakin lama semakin canggih dan semakin perlu penerapannya. Ini harus di antisipasi mulai sekarang dengan cara mempersiapkan diri menghadapi semakin besar dan semakin banyaknya tantangan dunia usaha, mahasiswa dalam memasuki ladang baru harus siap dengan cara belajar sebaik - baiknya mengenai dunia pemasaran yang semakin hari semakin kompleks dengan model-model mutakhir. Ada satu perbedaan penting antara perencanaan pemasaran dengan rencana pemasaran. Perencanaan pemasaran adalah fungsi yang kontiniu dan tidak pernah selesai, sedangkan rencana pemasaran adalah ekspresi dari keluaran (output) proses perencanaan yang berlaku pada waktu tertentu dan untuk jangka waktu tertentu. Meskipun tidak ada satupun struktur rencana yang pasti paling baik yang bisa dijadikan sebagai acuan mutlak, namun ada hal-hal tertentu yang harus dicakup dalam setiap rencana pemasaran, yakni dibuat disekitar faktor-faktor pemasaran (marketing variable) yang dapat dikendalikan dan tidak dapat dikendalikan, faktor-faktor tersebut diintegrasikan dengan faktor-faktor lain untuk membentuk suatu struktur rencana yang banyak dipakai, di antaranya adalah seperti struktur yang ada di bawah ini:

1. Analisa Situasi

a. Permintaan

Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh seseorang turut menentukan besarnya permintaan akan barang dan jasa. Apabila pendapatan yang diperoleh tinggi maka permintaan akan barang dan jasa semakin tinggi. Sebaliknya jika pendapatan turun, maka kemampuan membeli barang akan turun. Dalam hal ini harga barang akan mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Jika harga naik jumlah permintaan barang tersebut akan meningkat, sedangkan jika harga turun maka jumlah permintaan barang akan menurun, semakin pesat berkembang dalam suatu kota khususnya di kabupaten Pangkalan Bun maka semakin meningkatnya akan permintaan suatu barang khususnya dalam bidang perindustrian perabotan rumah tangga guna meningkatkan dan kelancaran dalam kebutuhan, dalam perabotan rumah tangga khususnya di Pangkalan Bun dapat menjual 70-80 unit barang perbulan. Dalam waktu - waktu tertentu penjualan bisa meningkat kurang lebih 90 unit barang perbulan.

b. Persaingan

Dalam persaingan, wirausahaan bersaing itu wajar, bersaing secara sehat dalam mengelola usaha. Contohnya, mengembangkan kualitas dan kuantitas meubel, dengan cara menambah produk, pelayanan yang baik dan lain-lain, dalam hal ini di daerah Pangkalan Bun terdapat pesaing-pesaing dalam penjualan perabotan rumah tangga diantaranya lemari, meja, kursi, tempat tidur, meja belajar, meja makan, sofa, spre, bantal, guling, lampu hias.

c. Struktur Distribusi

Struktur distribusi atau perantara usaha artinya salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dalam hal ini dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh meubel atau produsen kepada para konsumen atau masyarakat luas. Dalam distribusi produk rumah tangga ini terletak di Jl. Prakusuma Yudha RT. XII Pangkalan Bun.

d. Biaya bukan pemasaran

Dalam hal ini berupa biaya bahan baku, biaya produksi, biaya tenaga kerja (gaji karyawan), biaya bagian keuangan akuntansi, biaya personalia dan biaya hubungan dengan masyarakat.

2. Persoalan dan kesempatan

Dalam halnya manajemen kita mengenal namanya pengambilan keputusan semua orang berhak mengeluarkan pendapatnya. Pada meubel kami juga mengutamakan kerjasama dan musyawarah. Apabila ada persoalan ataupun masalah kami siap untuk bermusyawarah atau berkumpul untuk mencari solusi. Dengan diadakannya rapat baik pemilik, staf-staf sampai dengan

karyawan. Begitu pula dengan kesempatan, gunakan kesempatan itu dengan semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik juga.

3. Strategi Pemasaran

Konsumen pada umumnya telah mengetahui tentang barang yang akan di beli atau di pesan dan juga mengetahui kelebihan dan kelemahan relative dari produk-produk pesaing. Oleh karena itu banyak usaha dagang meningkatkan peranan perusahaan dalam meningkatkan penjualan, pelaksanaan yang dilakukan pada meubel SRN Pangkalan Bun adalah:

a. Mengadakan sistem pembagian tugas

Hal ini untuk melaksanakan tugasnya masing - masing. Artinya, pembagian sistem yang bagus pada meubel ini sudah direncanakan dan bagaimana menerapkannya dilapangan. Seperti pemasangan spanduk, selebaran brosur, umbul-umbul dan lain-lain.

b. Tujuan

Dengan adanya strategi pemasaran yang bagus, diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen/permintaan, penjualan, dan pendapatan meubel.

c. Metode

1. Strategi produk

Bagaimana produk tersebut dibuat agar konsumen merasa tertarik baik itu dari segi kemasan, harga, dan pelayanan usaha dagang sehingga dapat memenuhi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, untuk mengetahui sistem penerapan pemasaran di tinjau dari produk yang dihasilkan oleh usaha dagang meubel perabotan rumah tangga di Pangkalan Bun, menunjukkan bahwa dalam penjualan, produk barangusaha dagang tersebut memiliki keunggulan tersendiri.

2. Strategi distribusi

Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibutuhkan strategi distribusi yang tepat untuk menyalurkan barang atau jasa dagangannya ke tangan konsumen. Meubel SRN Pangkalan Bun, memiliki strategi distribusi usaha dagang distribusi tentunya mengejar sasaran finansial yaitu keuntungan, nilai tambah dari distribusi ini terletak pada ketersediaan informasi yang cepat, akurat, dan tentunya informatif.

3. Strategi harga

Harga yang tersedia merupakan harga yang ditetapkan oleh usaha dagang, harga yang ditawarkan dalam hal ini sesuai dengan kualitas barang yang disediakan sebagai berikut.

Daftar harga perabotan rumah tangga di Pangkalan Bun, sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar harga

1. Ukiran Jati

Merk	Jenis Barang	Nama Barang	Harga
Ukiran Jati	Meja dan kursi	➤ Ukir kayu jati	Rp. 2.500.000,00
		➤ Arimbi 3111	Rp. 3.050.000,00
		➤ Jati 221 skupi anyam	Rp. 2,800.000,00
		➤ Model ktm 001	Rp. 2.500.000,00
		➤ Meja onix	Rp. 3.500.000,00

Tabel diatas adalah penjelasan merk ukiran jati terdiri dari ukir kayu jati sampai meja onix. Contoh harga produk merk ukiran jati jenis meja dan kursi ukiran jati kayu Rp. 2.500.000,00 dan untuk jenis meja dan kursi dengan nama jati 221 skupi anyam Rp.2.800.000,00.

2. Bigland

Merk	Jenis Barang	Nama Barang	Harga
Bigland	Tempat tidur	➤ New yunani salur 100×200 komplit set	Rp. 3.250.000,00

	➤ Flora putih 100×200 komplet set	Rp. 3.290.000,00
	➤ Yunani salur pillowtop 100×200 komplet set	Rp. 3.430.000,00
	➤ Twin new lily	Rp. 3.630.000,00
	➤ Classic springbed 100×200 komplet set	Rp. 3.955.000,00
Meja Belajar	➤ Dove meja belajar MR. 014 putih	Rp. 785.000,00
	➤ Dove meja belajar MR. 017 putih	Rp. 825.000,00
	➤ Dove meja belajar MR. 024 putih	Rp. 1.100.000,00
	➤ Dove meja belajar MR. 008 hitam	Rp. 1.500.000,00
Lemari	➤ Lemari rak buku swing lunar LBC	Rp. 808.000,00
	➤ Best silver lemari pakaian 3 pintu	Rp. 969.800,00
	➤ Gold whitty lemari pakaian 3 pintu	Rp. 1.380.000,00
	➤ Best greyl lemari pakaian 3 pintu hitam	Rp. 960.000,00

Tabel di atas adalah penjelasan merk *bigland* terdiri dari New Yunani salur 100×200 komplet setsampai Best greyl lemari pakaian 3 pintu hitam. Contoh harga produk merk big land jenis meja belajar Dove meja belajar MR. 014 putih Rp.785.000,00 dan untuk jenis lemari dengan nama *Gold whitty* lemari pakaian 3 pintu Rp.1.380.000,00.

3. Olympic

Merk	Jenis Barang	Nama Barang	Harga
Olympic	Tempat tidur	➤ Bidadari series 160×200	Rp. 3.947.000,00
		➤ Diamond series 160×200	Rp. 4.210.000,00
		➤ Flower series 160×200	Rp. 3.900.000,00
		➤ Granada series 160×200	Rp. 3.728.000,00
Sofa		➤ Arm chair seater	Rp. 1.198.000,00
		➤ Kenso minimalis costa	Rp. 2.815.000,00
		➤ Fcenter orchid 211 abu-abu	Rp. 2.919.000,00
		➤ Andalusia 221 + meja	Rp. 2.299.000,00
		➤ Pandora bantal warna-warni	Rp. 3.250.000,00
Lemari pakaian		➤ Graver furniture 3 pintu	Rp. 1.259.000,00
		➤ Graver furniture dan meja	Rp. 1.978.000,00
		➤ Anya – living	Rp. 810.000,00

Tabel di atas adalah penjelasan merk *olympic* terdiri dari Bidadari series 160×200 sampai Anya-living Contoh harga produk merk *olympic* jenis sofa Kenso minimalis costa Rp.2.815.000,00 dan untuk jenis lemari pakaian dengan nama Graver furniture 3 pintu Rp.1.259.000,00.

4. Comporta

Merk	Jenis Barang	Nama Barang	Harga
Comporta	Tempat tidur	➤ Family duo full set	Rp. 5.350.000,00
		➤ Family trio (18cm) full set size 120×200	Rp. 5.951.307,00
		➤ Luxury dream full set 100×200	Rp. 14.240.000,00
		➤ Luxury dream full set 100×200	Rp. 18.610.000,00
Lampu hias		➤ Led strip 5m + remot	Rp. 200.000,00
		➤ Led hias dekorasi festival	Rp. 315.000,00
		➤ Led light buton touch	Rp. 112.800,00
		➤ Led 5w best quality	Rp. 335.000,00
		➤ Lampu tidur portable	Rp. 250.000,00
Kursi		➤ Angin malas fatboy laybag	Rp. 280.000,00
		➤ Kursi kantor uno boston	Rp. 780.000,00
		➤ Kursi kantor sc 106	Rp. 500.000,00
Tas		➤ Top handle bag	Rp. 450.000,00
		➤ Lilith snakeskin top	Rp. 375.000,00
		➤ Nymphaca leather top	Rp. 500.000,00
		➤ Sylvie embroidered handle bag	Rp. 725.000,00
Bantal		➤ Cendra set 4 bantal kepala – putih	Rp. 190.000,00
		➤ Lvling 1 bantal panas	Rp. 50.000,00
		➤ Premium 1 bantal leher	Rp. 75.000,00
		➤ Cendra 1 bantal kepala	Rp. 45.000,00

Tabel di atas adalah penjelasan merk comporta terdiri dari Family duo full set sampai Cendra 1 bantal kepala. Contoh harga produk merk comporta jenis tas Lilith snakeskin top Rp.375.000,00 dan untuk jenis bantal dengan nama Cendra set 4 bantal kepala – putih Rp. Rp.190.000,00.

5. Sentral

Merk	Jenis Barang	Nama Barang	Harga
Sentral	Tempat tidur	➤ Deluxe callista multi	Rp. 2.162.500,00
		➤ Sporty x1 full set 100×200	Rp. 2.420.000,00
		➤ Sporty x1 full set 180×200	Rp. 4.005.000,00
		➤ Deluxe full set 100×200	Rp. 2.342.000,00
Meja dan kursi		➤ Bean sand color simple	Rp. 630.000,00
		➤ New alexa	Rp. 950.000,00
		➤ Fortuna picanto	Rp. 1.700.000,00
		➤ Olc nok 14-kuning	Rp. 1.549.000,00
		➤ Dark camel four	Rp. 1.200.000,00
		➤ Fcenter magnolia	Rp. 1.642.000,00

Sumber Data : Meubel SRN Pangkalan Bun (2015)

Tabel di atas adalah penjelasan merk sentral terdiri dari deluxe callista multi sampai fcenter magnolia. Contoh harga produk merk sentral jenis tempat tidur deluxe callista Rp.2.162.500,00 dan untuk jenis meja dan kursi dengan nama Bean sand color simple Rp.630.000,00.

Tabel 2. Data Penjualan Produk Meubel SRN Tahun 2015

Keterangan	Januari (Rp)	Februari (Rp)	Maret (Rp)	April (Rp)
Total Penjualan	110.572.000	103.900.000	90.440.000	98.340.000
Penjualan Tunai (60%)	66.343.200	62.340.000	54.264.000	59.004.000
Potongan Penjualan Tunai (10%)	6.634.320	6.234.000	5.426.000	5.900.400
Potongan Tunai Netto	59.708.880	56.106.000	48.837.600	53.103.600
Penjualan Kredit (40%)	44.228.800	41.560.000	36.176.000	39.336.000
Potongan Penjualan Kredit (5%)	2.211.440	2.078.000	1.808.800	1.966.800
Piutang netto	42.017.360	39.482.000	34.367.200	37.369.200

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan Januari-April 2015

Data di atas menunjukkan penjualan produk dari bulan Januari sampai April 2015. Pada bulan Januari total penjualan Rp.110.572.000, penjualan tunai Rp.66.343.200 dan terdapat potongan penjualan tunai (10%) Rp.6.634.320. pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 59.708.880. Penjualan Kredit (40%) Rp.44.228.800, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.211.440, dan selanjutnya Piutang netto Rp.42.017.360.

Keterangan	Mei (Rp)	Juni (Rp)	Juli (Rp)	Agustus (Rp)
Total Penjualan	107.080.000	115.270.000	108.980.000	113.900.000
Penjualan Tunai (60%)	64.248.000	69.162.000	65.388.000	68.340.000
Potongan Penjualan Tunai (10%)	6.424.800	6.916.200	6.538.800	6.834.000
Potongan Tunai Netto	57.823.200	62.245.800	58.849.200	61.506.000
Penjualan Kredit (40%)	42.832.000	46.108.000	43.592.000	45.560.000
Potongan Penjualan Kredit (5%)	2.141.600	2.305.400	2.179.600	2.278.000
Piutang netto	40.690.400	43.802.600	41.412.400	43.282.000

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan Mei-Agustus 2015

Data di atas menunjukkan penjualan produk dari bulan Mei sampai Agustus 2015. Pada bulan Juni total penjualan Rp.107.080.000, penjualan tunai Rp.64.248.000 dan terdapat potongan penjualan tunai (10%) Rp.6.424.800. Pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 57.823.200. Penjualan Kredit (40%) Rp.42.832.000, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.141.600 dan selanjutnya Piutang netto Rp.40.690.400.

Keterangan	September (Rp)	Oktober (Rp)	Nopember (Rp)	Desember (Rp)
Total Penjualan	107.330.000	112.180.000	117.500.000	109.600.000
Penjualan Tunai (60%)	64.398.000	67.308.000	70.500.000	65.760.000
Potongan Penjualan	6.439.800	6.730.800	7.050.000	6.576.000

Tunai (10%)				
Potongan Tunai Netto	57.958.200	60.577.200	63.450.000	59.184.000
Penjualan Kredit (40%)				
Penjualan Kredit	42.932.000	44.872.000	47.000.000	43.840.000
Potongan Penjualan Kredit (5%)	2.146.600	2.243.600	2.350.000	2.192.000
Piutang netto	40.785.400	42.628.400	44.650.000	41.648.000

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan September-Desember 2015

Data di atas menunjukkan penjualan produk dari bulan September sampai Desember 2015. Pada bulan Desember total penjualan Rp.109.600.000, penjualan tunai Rp.65.760.000 dan terdapat potongan penjualan tunai(10%) Rp.6.576.000. pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 59.184.000. Penjualan Kredit (40%) Rp.43.840.000, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.192.000, dan selanjutnya Piutang netto Rp.41.648.000.

Dari hasil total penjualan secara keseluruhan pada bulan januari sampai desember dapat diketahui yaitu Rp. 1.295.092.000.

Tabel 3. Data Penjualan Produk Meubel SRN Tahun 2016

Keterangan	Januari (Rp)	Februari (Rp)	Maret (Rp)	April (Rp)
Total Penjualan	100.215.000	98.400.000	110.725.000	105.950.000
Penjualan Tunai (60%)	60.129.000	59.040.000	66.435.000	63.570.000
Potongan Penjualan Tunai (10%)	6.012.900	5.904.000	6.643.500	6.357.000
Potongan Tunai Netto	54.116.100	53.136.000	59.791.500	57.213.000
Penjualan Kredit (40%)	40.086.000	39.360.000	44.290.000	42.380.000
Potongan Penjualan Kredit (5%)	2.004.300	1.968.000	2.214.500	2.119.000
Piutang netto	38.081.700	37.392.000	42.075.500	40.261.000

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan Januari-April 2016

Data di atas menunjukkan penjualan produk dari bulan Januari sampai April 2016. Pada bulan Maret total penjualan Rp.110.572.000, penjualan tunai Rp.66.435.000 dan terdapat potongan penjualan tunai(10%) Rp.6.643.500.pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 59.791.500. Penjualan Kredit (40%) Rp.44.290.000, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.214.500, dan selanjutnya Piutang netto Rp.42.075.500.

Keterangan	Mei (Rp)	Juni (Rp)	Juli (Rp)	Agustus (Rp)
Total Penjualan	116.190.000	110.550.000	106.900.000	102.500.000
Penjualan Tunai (60%)	69.714.000	66.330.000	64.140.000	61.500.000
Potongan Penjualan Tunai (10%)	6.971.400	6.633.000	6.414.000	6.150.000
Potongan Tunai Netto	62.742.600	59.697.000	57.726.000	55.350.000
Penjualan Kredit (40%)	46.476.000	44.220.000	42.760.000	41.000.000

Potongan Penjualan Kredit (5%)	2.323.800	2.211.000	2.138.000	2.050.000
Piutang netto	44.152.200	42.009.000	40.622.000	38.950.000

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan Mei-Agustus 2016

Data diatas menunjukkan penjualan produk dari bulan Mei sampai Agustus 2016. Pada bulan Juni total penjualan Rp.110.550.000, penjualan tunai Rp.66.330.000 dan terdapat potongan penjualan tunai (10%) Rp.6.633.000. pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 59.697.000. Penjualan Kredit (40%) Rp.44.220.000, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.211.000, dan selanjutnya Piutang netto Rp.42.009.000.

Keterangan	September (Rp)	Oktober (Rp)	Nopember (Rp)	Desember (Rp)
Total Penjualan	97.140.000	95.920.000	100.250.000	109.360.000
Penjualan Tunai (60%)	58.284.000	57.552.000	60.150.000	65.616.000
Potongan Penjualan Tunai (10%)	5.828.400	5.755.200	6.015.000	6.561.600
Potongan Tunai Netto	52.455.600	51.796.800	54.135.000	59.054.400
Penjualan Kredit (40%)	38.856.000	38.368.000	40.100.000	43.744.000
Potongan Penjualan Kredit (5%)	1.942.800	1.918.400	2.005.000	2.187.200
Piutang netto	36.913.200	36.449.600	38.095.000	41.556.800

Sumber data: Meubel SRN Pangkalan Bun bulan September-Desember 2016

Data di atas menunjukkan penjualan produk dari bulan September sampai Desember 2016. Pada bulan Desember total penjualan Rp.109.360.000, penjualan tunai Rp.65.616.000 dan terdapat potongan penjualan tunai(10%) Rp.6.561.600. pada potongan tunai netto total sebesar Rp. 59.054.400. Penjualan Kredit (40%) Rp.43.744.000, Potongan Penjualan Kredit (5%) Rp.2.187.200, dan selanjutnya Piutang netto Rp.41.556.800. Dari hasil total penjualan secara keseluruhan pada bulan januari sampai desember dapat diketahui yaitu Rp. 1.254.100.000, dapat di simpulkan perbandingan penjualan dari tahun 2015 sampai 2016 mengalami penurunan pendapatan pada penjualan produk yaitu sekitar Rp. 40.992.000, harapan pemilik semoga dari tahun ke tahun dapat meningkatkan penjualan dengan menerapkan sistem manajemen yang baik lagi.

4. Strategi promosi

Dalam merencanakan kegiatan promosi selain berdasarkan hasil penjualan, usaha dagang juga melakukan kegiatan promosi yang di dasarkan pada jumlah dana yang tersedia pada kas.

a). Iklan

Melalui Koran, Umbul-umbul, Spanduk, dan selebaran /Brosur. Biaya iklan dari pihak pemilik (internal).

Tabel 4. Biaya Iklan

NO	IKLAN	BIAYA
1	Koran	Rp. 5.000.000,-
2	Umbul-umbul	Rp. 500.000,-

3	Spanduk	Rp.1.000.000,-
4	Brosur	Rp. 250.000,-
5	Perizinan Iklan	Rp. 800.000,-
Total		Rp. 7.550.000,-

Sumber Data : Meubel SRN Pangkalan Bun (2015)

b). Penjualan Perorangan

Karyawan atau staf pegawai meubel langsung berinteraksi untuk hal pengenalan produk sampai dengan deal pembelian.

c). Promosi Penjualan

Melalui sales penjualan.

Penerapan pada Meubel SRN Pangkalan Bun

Dalam menerapkan atau melaksanakan strategi pemasaran meliputi empat strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi (*Marketing Mix*). Marketing mix merupakan seperangkat alat pemasaran yang di gunakan usaha dagang untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasar. Yakni meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Kegiatan menetapkan strategi pemasaran yang tepat sangatlah penting. Dalam hal ini Meubel SRN perlu meninjau kembali setiap unsur marketing mix agar menentukan langkah-langkah dalam meningkatkan penjualannya.

Produk (Product)

Dalam membantu tercapainya tujuan yang efektif dan efisien usaha dagang memerlukan perencanaan, hal ini berpengaruh sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan/masyarakat. Untuk mengetahui sistem penerapan pelaksanaan marketing mix di tinjau dari produk yang di hasilkan oleh usaha dagang meubel SRN Pangkalan Bun. Produk yang dihasilkan berdasarkan merk ada lima yaitu: Ukiran Jati, Bigland, Olympic, Comporta, Sentral.

Harga (Price)

Harga produk yang ditawarkan bermacam-macam disesuaikan dengan jenis produk yang dihasilkan, dengan demikian manajemen mengikuti harga yang sudah di tetapkan dari pihak perusahaan. Dalam hal ini penerapan pelaksanaan marketing mix harga yang sudah ditentukan bertujuan untuk mendapatkan laba/ keuntungan perusahaan, harga yang sudah di tetapkan berdasarkan jenis produk yang dihasilkan usaha dagang meubel SRN, sehingga memiliki nilai harga yang bervariasi. Pada meubel SRN di Pangkalan Bun manajemen tidak melakukan pengendalian penetapan harga, karena harga yang sudah di tetapkan dari pemilik usaha dagang. Harga yang tersedia pada meubel SRN Pangkalan Bun sudah di tetapkan dari pemilik usaha dagang, sehingga untuk harga dalam manajemen ini tidak mengubah untuk menaikkan atau menurunkan harga dari semua jenis produk yang sudah tersedia, (Atih Erna : Tanggal 02 September 2015).

Tempat (Place)

Seorang manajemen sudah mengetahui perkembangan usaha dagang ke depannya dengan demikian manajemen merencanakan penempatan lokasi strategis. Distribusi menyangkut lokasi yang nantinya berpengaruh terhadap volume penjualan. Tempat transaksi merupakan factor penting yang berhubungan dengan transaksi jual/beli. Dalam hal ini agar lebih menonjol maka manajemen melakukan pemasangan umbul-umbul, koran, atau spanduk. Dimana konsumen dapat mendatangi tempat atau lokasi yang tertera di umbul-umbul, koran, atau spanduk secara langsung. Dan setelah itu bias terjadi jual/beli antara penjual dan pembeli secara langsung dengan memilih aneka barang perabotan rumah tangga yang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan konsumen. Lokasi pemasaran perabotan rumah tangga Meubel SRN yaitu di jalan Prakusuma Yudha RT. XII Pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).

Promosi (Promotion)

Promosi (*Promotion*) adalah salah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas usaha dagang dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada

produk yang di tawarkan oleh usaha dagang yang bersangkutan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Meubel SRN Pangkalan Bun yang menyatakan bahwa: Promosi yang digunakan usaha dagang ini menggunakan media Koran, umbul-umbul, spanduk, serta perizinan iklan dan promosi melalui keluarga atau rekan yang di kenal pada tahun 2011 menggunakan media online melalui internet banyak juga yang menanyakan lokasi tempat meubel ini beroperasi. Dan melalui media ini juga tempat sarana mengembangkan bisnis usaha dagang untuk lingkup pemasaran yang lebih luas. (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015 dengan pemilik Usaha Dagang SRN Pangkalan Bun)

1. Periklanan (*Advertising*)
Adalah media promosi yang di gunakan Usaha dagang SRN Pangkalan Bun adalah melalui Koran, umbul-umbul, spanduk, serta perizinan iklan, media online, serta melalui perantara keluarga dan rekan yang di kenal dari mulut ke mulut.
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)
Adalah penjualan pribadi atau tatap muka yang di gunakan Usaha Dagang SRN Pangkalan Bun adalah penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau lebih pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Medianya antara lain: presentase penjualan secara langsung atau mengadakan pertemuan dalam lingkup masyarakat.

Pengendalian pada Meubel SRN Pangkalan Bun

Ruang lingkup pengendalian pemasaran yang ada pada Meubel SRN Pangkalan Bun adalah:

1. Pengendalian efektifitas program pemasaran
Pengendalian ini dilakukan secara berkala, yang umumnya bulanan atau tahunan untuk menilai efektifitas program atau rencana yang telah di buat, dan bila diperlukan penyempurnaan atau koreksi. Yang bertanggung jawab atsa pengendalian efektifitas program ini adalah manajemen yang terkait yaitu semua manajemen yang ada pada meubel. Tujuan pengendalian ini adalah untuk mengetahui apakah sasaran yang telah ditetapkan dapat efektif.
Sumber Data: Meubel SRN Pangkalan Bun (2015). Pengendalian efektifitas program pemasaran, hal ini di perlukan dalam penyempurnaan atau koreksi pada semua bidang meubel SRN Pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).
2. Pengendalian strategi pemasaran
Pengendalian strategi pemasaran adalah tugas untuk menjamin bahwa tujuan, strategi dan sistem pemasaran usaha dagang secara optimal diselarskan dengan lingkungan pemasaran yang diramalkan nanti dan yang sekarang. Suatu perangkat yang dikenal sebagai instrument untuk menilai efektifitas pemasaran dengan menunjukkan profil efektifitas di seluruh divisi atau usaha dagang dalam hal; filafata pelanggan, organisasi pemasaran, informasi pemasaran, perencanaan strategi, dan efesiensi operasional. Perangkat lain yang di kenal sebagai audit pemasaran, merupakan suatu pengamatan berkala, bebas, sistematis, dan menyeluruh terhadap lingkungan, tujuan-tujuan, strategi-strategi, dan kegiatan-kegiatan pemasaran usaha dagang. Tujuan audit usaha dagang adalah untuk menentukan bidang masalah pemasaran dan merkomendasikan rencana tindakan koreksi bersifat jangka panjang maupun jangka pendek guna meningkatkan efektifitas pemasaran secara menyeluruh, dalam hal ini pada meubel SRN perabotan rumah tangga Pangkalan Bun diadakan audit untuk setiap tahunnya satu kali.
Sumber Data: Meubel SRN Pangkalan Bun (2015). Pengendalian strategi pemasaran, hal ini menentukan bidang masalah pemasaran dan koreksi jangka panjang maupun jangka pendek guna meningkatkan efektifitas pemasaran secara menyeluruh pada meubel SRN pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).
3. Pengendalian keuntungan dan reabilitas usaha pemasaran
Pengendalian atas profitabilitas adalah tugas untuk menentukan profitabilitas yang sebenarnya mengenai produk perusahaan, wilayah, pangsa pasar dan slauran

niaga. Analisis kemampuan pemasaran yang lebih lemah, meskipun tidak menunjukkan apakah unit-unit yang lebih lemah itu harus di dukung atau di hilangkan.

Sumber Data: Meubel SRN Pangkalan Bun (2015). Pengendalian keuntungan dan rehabilitas Meubel SRN Pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).

4. Pengendalian efisiensi pemasaran

Pengendalian efisiensi merupakan tugas untuk meningkatkan efisiensi kegiatan pemasaran, seperti misalnya: penjualan personal/perorangan periklanan, promosi penjualan dan distribusi. Pemilik harus mengamati rasio-rasio penting tertentu yang menunjukkan seberapa jauh fungsi-fungsi tadi dilaksanakan secara efektif. Pemilik juga harus memperkenalkan sumber-sumber pemasaran untuk meningkatkan prestasi usaha dagang tersebut.

Sumber Data: Meubel SRN Pangkalan Bun (2015). Pengendalian efisiensi pemasaran, dalam hal ini berkaitan dengan penjualan, promosi (iklan) dan distribusi Meubel SRN Pangkalan Bun (Atih Erna: Tanggal 02 September 2015).

4.5.1 Sistem pengendalian pemasaran Meubel SRN Pangkalan Bun

Pada dasarnya sistem pengendalian pemasaran ada dua yaitu sistem pengendalian terbuka (*Open System*) dan sistem tertutup (*Closed System*). Dalam sistem pengendalian terbuka pejabat atau pelaksana dibidang pemasaran mempunyai wewenang yang terbatas. Semua masalah yang dihadapi dilaporkan dulu pada pemilik usaha dagang, dan pemilik yang akan mengambil keputusan. Oleh karena itu semua hal yang diputuskan oleh pemilik selaku pemimpin usaha dagang, maka kegiatan atau masalah harus di ketahui oleh pemilik tersebut.

Sedangkan sistem pengendalian tertutup semua karyawan di bidang pemasaran diberikan wewenang untuk memutuskan sesuai dengan petunjuk atau pengarahan dari atasannya masing masing. Jadi tenaga pemasaran diharapkan mampu mengatasi masalahnya sendiri sebelum dilaporkan pada atasannya yang tidak dapat diputuskan.

Pada sudut pandang lain terdapat sistem pengendalian pemasaran lain yakni pengendalian pemasaran merupakan lanjutan yang wajar dari perencanaan, organisasi dan pelaksanaan pemasaran. Meskipun sistem pengendalian harus dibuat sesuai dengan situasi yang khusus, tetapi sistem pengendalian mengikuti proses dasar yang sama, biasanya mengikuti enam langkah sebagai berikut:

a. Menentukan apa yang dikendalikan

Meubel SRN menentukan produk agar tetap berkualitas dan berkuantitas, harga agar tetap terjangkau, tempat yang strategis, promosi yang dapat menarik minat konsumen.

b. Menetapkan standar

Standar pengendalian merupakan sebuah target kinerja. Standar merupakan kriteria yang memungkinkan manajer untuk mengevaluasi tindakan yang lalu, saat ini dan masa depan. Standar merupakan diukur dalam berbagai cara, mencakup bentuk secara fisik, kuantitatif dan kualitatif. Sehubungan dengan hal tersebut meubel SRN menetapkan standar pelayanan sesuai dengan lima aspek kinerja yang dapat dikelola dan dikendalikan, yaitu jumlah, kualitas, waktu, biaya dan perilaku.

c. Mengukur kinerja

Meubel SRN mengukur kinerja dengan mengevaluasi hasil kerja, baik hasil pengelolaan, perencanaan, pengendalian pemasaran pada meubel SRN Pangkalan Bun.

d. Membandingkan kinerja dengan standar

Meubel SRN membandingkan kinerja dengan standar pencapaian meubel. Artinya, apakah sudah sesuai dengan rencana, pelaksanaan bahkan pengendalian.

e. Menentukan alasan penyimpangan

Meubel SRN, menentukan alasan penyimpangan apabila ada sesuatu dan lain hal yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal meubel. Proses pengendalian dalam hal ini melibatkan penggalan "mengapa kinerja menyimpang dari standar?". Karena penyimpangan dapat bergeser menuju sasaran yang dipilih.

f. Melakukan tindakan koreksi

Meubel SRN menentukan tindakan koreksi, dalam hal proses pengelolaan meubel diperlukan koreksi/perbaikan dalam hal manajemen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Perencanaan yang direncanakan oleh meubel SRN Pangkalan Bun mengupayakan target yang akan dicapai dalam penjualan, melalui pelayanan, keunggulan desain, serta kualitas. Pada tahun 2011 permintaan barang/produk pada meubel SRN cukup stabil. Terlihat pada penjualan mencapai 25-35 unit perabotan rumah tangga perbulannya. 2) Pelaksanaan atau penerapan terlihat adanya persaingan yang ketat bersaing secara sehat untuk mencapai tujuan. Tidak luput dari peran distributor (perantara) dalam artian meubel mempunyai perantara/penyalur barang untuk produsen dan konsumen baik dalam kabupaten maupun kota khususnya daerah Pangkalan Bun. Pelaksanaan atau penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh meubel SRN di Pangkalan Bun sudah terlaksana cukup baik, hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan produk perbulan. 3) Pengendalian pada saat perencanaan, penerapan berproses terjadi ketimpangan atau sesuatu hal yang merugikan meubel. Hal ini sangat mempengaruhi meubel untuk kedepannya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis dapat menyampaikan saran-saran sebagai berikut: 1) Bagi meubel SRN khususnya Pangkalan Bun diharapkan dapat melihat peluang bagaimana manajemen pemasaran, baik dalam hal perencanaan, penerapan serta pengendalian apabila terjadi ketimpangan atau ketidak sesuaian produk, harga, promosi dan tempat. Meubel harus jeli mencerna masalah yang berkaitan dengan pelayanan konsumen baik dalam hal pelayanan atau pun pengelolaan meubel. 2) Diharapkan agar dapat melaksanakan manajemen pemasarannya terutama dalam perencanaan, penerapan dan pengendalian usaha dagang SRN karena hal ini dapat berpengaruh guna kemajuan meubel perabotan rumah tangga itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Hal. 222*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Penjualan (dalam konsep dan strategi, Hal. 69)*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Chandra, Gregorius, dkk. 2001. *Strategi dan Penjualan Hal. 12*. Yogyakarta: Kismaono.
- Daryanto. 2011. *Manajemen dan Fungsi Penjualan, Hal. 76*. Bandung: PT. Sarana. Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Penjualan dan Loyalitas Konsumen, Hal. 50*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Penjualan dan Loyalitas Konsumen, Hal. 62*. Bandung: Alfabeta
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Penjualan dan Loyalitas Konsumen, Hal. 63*. Bandung: Alfabeta
- Indriantoro. Nur dan Bambang Supomo. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen, Edisi Pertama, Hal. 27*. Yogyakarta.
- Kotler. Philip. 1997. *Penjualan, Jilid I dan 2 (Edisi Kesembilan), Hal. 8*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler. 1997. *Manajemen Penjualan, Jilid I (Edisi Kesebelas), Hal. 13*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler dan Armstrong. 1997. *Penjualan Produk yang Dipasarkan, Hal. 89*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. Philip dan Keller, Kevin Lane. 2006. *Penjualan Produk Jilid I, Edisi Ketigabelas, Hal. 17*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip yang Mempengaruhi Penjualan, Edisi Keduabelas, Jilid I, Hal. 106*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb. Hair. dan McDaniel. 2001. *Harga, Bab XVII Edisi Pertama, Hal. 268*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, H. M.M. Hadori. 1994. *Prinsip-Prinsip Analisis, Hal. 174*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Sugiyono. 2007. *Informasi Penelitian, Cetakan Kelima, Hal. 216*. Bandung: Alfabeta.

- Suryabrata, Sumadi. 1983. *Metodologi Penelitian*, Hal. 71. Yoyakarta: andi Offset.
- Tim Penyusun. 2007. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Palangka Raya: Universitas Palangka Raya.
- Yanson I Nyalung. 2014. *Bimbingan Skripsi*. Palangka Raya: Universitas Palangka Raya.