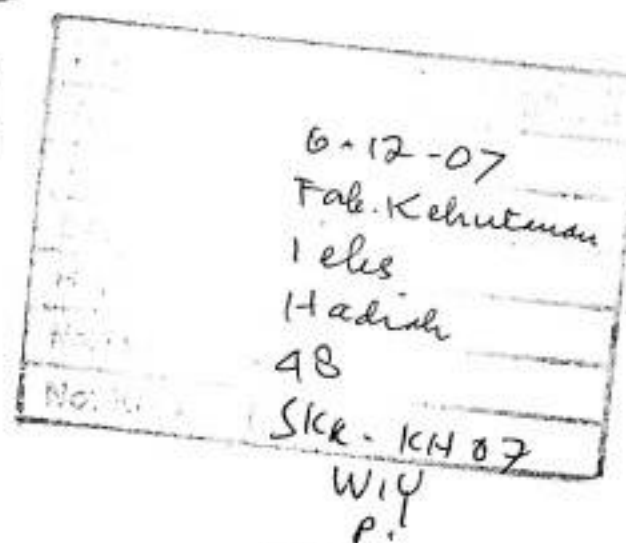


**PEMASARAN FLOORING DI CV. SUMBER TEHNIK
MAKASSAR PROVINSI SULAWESI SELATAN**



OLEH



**RAKHMI WIYULIANTI
M 111 05 703**



**PROGRAM STRATA SATU REGULER SORE
FAKULTAS KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pemasaran Flooring di CV. Sumber Teknik Makassar
Provinsi Sulawesi Selatan.

Nama : Rakhmi Wiyulianti


Stambuk : M 111 05 703

Program Studi : Manajemen Hutan

Skripsi ini Dibuat sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Kehutanan pada Program Studi Manajemen Hutan
Fakultas Kehutanan
Universitas Hasanuddin

Menyetujui,
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Ir. M. Asar Said Mahbub, MP
Nip. 132 149 476

Pembimbing II



Dr. Ir. H. Mas'ud Junus, M.Sc
Nip. 130 350 568

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Hutan
Fakultas Kehutanan
Universitas Hasanuddin



Ir. Budirman Bachtiar, MS
NIP. 131 570 887

Tanggal Pengesahan : Desember 2007

memesan pada perusahaan produsen. Sistem penjualan dan pengangkutan menggunakan sistem CNF (Cost and Freight) yaitu kesepakatan bahwa perusahaan penjual (produsen) bertanggung jawab pada produk mulai dari pengangkutan sampai tiba di pelabuhan tujuan (importir) atau pembeli (konsumen), tetapi jika terjadi kecelakaan pada kapal maka perusahaan tidak bertanggung jawab atas kecelakaan kapal tersebut. Pembayaran dilakukan dengan sistem L/C (Letter of Credit).

Permasalahan yang dialami CV. Sumber Teknik Makassar yaitu mesin yang digunakan dalam proses produksi rusak sehingga memperlambat proses pengerjaan, keterlambatan bahan baku, masalah kualitas, dan harga flooring tidak sesuai lagi dengan harga yang diberikan akibat kenaikan biaya produksi sedangkan lembaga yang terkait dalam pemasaran yaitu produsen (CV. Sumber Teknik Makassar), jasa ekspedisi (PT. Panca Pradana Sentosa), jasa pelayaran (PT. Samudera Indonesia), dan konsumen (Sitra Holdings International Limited).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Kuasa karena atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana kehutanan pada Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini dapat terwujud berkat arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, utamanya Bapak Ir. M. Asar Said Mahbub MP selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Ir. H. Mas'ud Junus, M.Sc selaku pembimbing II. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada mereka atas segala bimbingan dan arahannya selama ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Kehutanan atas ilmu dan bimbingan yang diberikan selama masa perkuliahan.
2. Pimpinan, Staf Administrasi dan Karyawan CV. Sumber Teknik Makassar yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.
3. Seluruh saudara, sahabatku dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberi bantuan selama penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang senantiasa mengasuh, mendidik serta memberikan segala yang terbaik kepada penulis dan saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan semangat serta doa yang tiada hentinya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi yang telah dibuat ini dapat menjadi bahan masukan kepada semua pihak semoga Allah SWT selalu meridhoi kita semua, Amin.

Makassar, November 2007

PENULIS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan dan Kegunaan	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	4
B. Sistem Pemasaran	6
C. Fungsi-Fungsi Pemasaran	6
D. Lembaga dan Saluran Pemasaran	13
E. Sistem Pembayaran dan Penjualan	15
III. METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat	21
B. Pelaksanaan Penelitian	21
C. Konsep Operasional	24
IV. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	27
B. Struktur Organisasi	29
C. Peralatan dan Bahan Baku	32
D. Proses Produksi	35

E. Modal	40
F. Tenaga Kerja	42
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Fungsi-Fungsi Pemasaran	44
1. Fungsi Pembelian	44
2. Fungsi Penjualan	46
3. Fungsi Pengangkutan	51
4. Fungsi Penyimpanan	54
5. Fungsi Pembiayaan/Permodalan	55
6. Fungsi Penanggulangan Resiko	55
7. Fungsi Informasi Pasar	56
8. Fungsi Standarisasi	56
B. Lembaga Pemasaran	58
C. Permasalahan Perusahaan	59
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jenis Peralatan Yang Digunakan Pada CV. Sumber Teknik Makassar.....	32
2.	Jenis Bahan Yang Digunkana Pada CV. Sumber Teknik Makassar.....	34
3.	Jumlah Tenaga Kerja Pada Tipa Factory (Proses Produksi) Berdasarkan Pendidikan, Masa Kerja dan Usia.....	43
4.	Rincian Harga Kayu Log Tahun 2002-2005.....	45
5.	Daftar Negara Konsumen Pemesan Flooring Tahun 2002-2006.....	47
6.	Jumlah Pengiriman Produk Flooring Tahun 2002-2006.....	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Struktur Organisasi CV. Sumber Teknik Makassar.....	29
2.	Tahapan Proses Produksi Flooring Pada CV. Sumber Teknik Makassar.....	35
3.	Proses Pengangkutan Flooring dari Produsen ke Konsumen.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Gambar Flooring Pada CV. Sumber Teknik Makassar.....	65
2.	Data Pembelian Flooring Tahun 2002-2006.....	67
3.	Data Penjualan Flooring Tahun 2002-2006.....	86
4.	Dokumen BRIK.....	95
5.	Dokumen Invoice.....	96
6.	Dokumen PPBE.....	97
7.	Struktur Organisasi CV. Sumber Teknik Makassar.....	98
8.	Peta Proses Produksi.....	99
9.	Kuisisioner.....	100

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ilmu "marketing" yang dengan istilah Indonesia disebut "pemasaran", dewasa ini sudah diperhatikan di kalangan pengusaha secara luas. Pada perusahaan-perusahaan yang dikatakan termasuk modern dan diurus secara ilmiah marketing menduduki tempat yang penting dibanding dengan fungsi-fungsi lain di dalam perusahaan. Apalagi di dalam suatu sistem perekonomian bebas, di mana orang dengan bebas memproduksi barang, dan orang dengan bebas pula menggunakan uangnya untuk membeli barang yang mereka sukai. Akan terasa betapa perlunya pengetahuan marketing dan perhatian terhadap masalah pemasaran bagi suatu perusahaan, apabila pasar daripada barangnya itu tidak merupakan "sellers market" yaitu pasar yang dikuasai oleh penjual, melainkan "buyers market" yaitu pasar yang dikuasai oleh pembeli. Di situlah akan terasa bagaimana sulitnya usaha dari pihak perusahaan untuk dapat memasarkan barangnya dengan mencapai keuntungan yang maksimal.

Flooring merupakan salah satu komoditi ekspor yang mampu menembus pasaran internasional. Flooring adalah lantai kayu yang diproduksi dari bahan baku kayu bulat (log) yang dibentuk dengan mesin penggergajian. Ukuran flooring disesuaikan dengan kesepakatan bersama antara pihak pembeli dan penjual. Kegiatan-kegiatan memasarkan flooring untuk konsumsi ekspor melalui suatu rangkaian kegiatan yang cukup rumit dan panjang. Pada umumnya rangkaian tersebut mencakup tiga hal yaitu pertukaran, yang meliputi penjualan dan pembelian,

pengadaan secara fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan serta kegiatan pelancar meliputi permodalan, penanggungungan resiko, standarisasi/grading dan informasi pasar.

Secara umum produksi dapat diartikan sebagai suatu usaha atau kegiatan yang mentransfer masukan-masukan (Input) menjadi hasil keluaran (Output). Dalam kegiatan operasional produksi mengarah pada kegiatan yang mengubah masukan (Input) dengan menggunakan sumber-sumber daya untuk menghasilkan keluaran (Output) yang berupa barang dan jasa. Sedangkan secara umum pemasaran/marketing adalah suatu proses atau kegiatan yang tertuju untuk memindahkan barang-barang atau jasa dari sektor produksi ke sektor konsumen dengan didukung oleh faktor-faktor produksi. Oleh karena itu dengan adanya pemasaran dalam perusahaan dapat memperlancar proses produksi kayu dalam mengekspor kayu yang telah dibuat flooring.

Salah satu perusahaan yang memproduksi flooring adalah CV. Sumber Teknik Makassar, yang lokasinya beralamat di JL. Panampu no. 9 Makassar. Perusahaan industri ini memproduksi flooring untuk konsumsi ekspor dan berdiri sejak tahun 1950. CV. Sumber Teknik mengekspor flooring ke negara Eropa, Jepang, Australia, Singapura.

Dari hasil pengamatan awal, perusahaan ini juga mengimplementasikan fungsi-fungsi pemasaran berupa kegiatan pertukaran, pengadaan secara fisik dan fungsi-fungsi pelancar. Selain itu, kegiatan ekspor flooring ini juga melibatkan berbagai lembaga di antaranya perusahaan jasa angkutan, pelayaran dan perbankan.

Pemilihan kasus ini dilakukan berdasarkan alasan-alasan tersebut di atas sehingga dianggap perlu mengadakan penelitian mengenai pemasaran, selain itu kesediaan pihak perusahaan untuk menerima penulis dalam mengadakan penelitian sehingga memudahkan penulis untuk mengamati aktivitas yang berlangsung dalam perusahaan sehingga dapat mengetahui dengan jelas peranan pemasaran yang diterapkan oleh pihak perusahaan dalam memasarkan flooring. Untuk melihat sejauh mana proses pemasaran pada perusahaan tersebut serta kendala-kendala yang dihadapi, maka dilakukanlah kajian ini.

B. TUJUAN dan KEGUNAAN

Tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui fungsi pemasaran flooring khususnya pada CV. Sumber Teknik Makassar,.
2. Mengetahui masalah-masalah apa saja yang dihadapi dalam proses pemasaran, dan bagaimana cara mengatasinya.
3. Mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.

Kegunaan dari penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan dalam hal pemasaran dan menjadi sumber informasi tentang pemasaran flooring pada perusahaan bersangkutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Beberapa ahli telah mengemukakan defenisi tentang pemasaran yang kelihatannya agak berbeda meskipun sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda-beda ; ada yang lebih menitikberatkan pada segi fungsi, segi barangnya, segi kelembagaannya, segi manajemennya, dan ada pula yang menitikberatkan dari semua segi tersebut sebagai suatu sistem. Beberapa diantara para ahli tersebut adalah Philip Kotler. Menurut Philip Kotler (1999), pertukaran merupakan titik pusat kegiatan pemasaran di mana seseorang berusaha menawarkan sejumlah nilai kepada orang lain. Dengan adanya pertukaran, berbagai macam kelompok sosial seperti individu-individu, kelompok kecil, organisasi, dan kelompok masyarakat lain dapat terpenuhi kebutuhannya.

Kita telah mengetahui bahwa di dalam masyarakat terdapat berbagai macam kelompok yang ingin memenuhi kebutuhannya. Untuk maksud tersebut, mereka harus melakukan suatu usaha, sehingga satu dengan lainnya saling melayani. Philip Kotler (1999) mengemukakan definisi pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Mc Carthy (1975) berpendapat bahwa pemasaran (marketing) menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak (produsen dan konsumen) tercapai. Lebih tegas lagi ia mengatakan bahwa pemasaran menunjukkan

performance kegiatan bisnis yang menyangkut penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, untuk memuaskan konsumen dan mencapai tujuan produsen.

Pendapat diatas sebenarnya memperkuat berbagai pendapat para ahli lain tentang pengertian pemasaran. Philip dan Duncan berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang meliputi langkah-langkah yang diperlukan untuk menempatkan barang-barang tangible ke tangan konsumen. Stanton (1964) mengatakan bahwa pemasaran meliputi sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli atau pembeli potensial. Sedangkan Lazo (1977) mengajukan pendapat yang sederhana, bahwa pemasaran adalah semua kegiatan bisnis yang berkaitan dengan arus perpindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir. Sementara itu Kotler berpendapat bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha pemuasan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.

Istilah tata niaga di negara kita diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi yaitu semacam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Karena perdagangan biasanya dijalankan melalui pasar maka tata niaga disebut juga pemasaran. (Mubyarto, 1989).

Definisi pemasaran ini didasarkan pada konsep-konsep inti seperti kebutuhan, keinginan, permintaan, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan pasar, pemasar dan pemasaran. Menurut Radiosunu (2001), pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui

proses pertukaran. Dengan memahami kemudian menggabungkan berbagai pendapat di atas dapatlah ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

B. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan terarah dan terpadu yang dilakukan produsen dalam bentuk perencanaan dan pengendalian harga, promosi dan penyaluran barang dan jasa yang diproduksi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Reksohadiprajo dan Gitosudarno, 1996).

C. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan lembaga pemasaran atau struktur pemasaran untuk memindahkan barang-barang atau jasa-jasa dari sektor produksi ke sektor konsumen yang dikelompokkan dalam fungsi pertukaran yang meliputi pembelian dan penjualan, fungsi pengadaan secara fisik meliputi kegiatan penyimpanan dan pengangkutan dan fungsi pelancar meliputi permodalan atau pembiayaan, standarisasi, pembiayaan, penanggungungan resiko dan informasi pasar.

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran adalah semua tindakan untuk memperlancar pemindahan hak milik atas barang dan jasa. Fungsi ini terdiri atas fungsi penjualan dan fungsi pembelian.

Penjualan merupakan kegiatan untuk mengusahakan agar barang-barang yang telah diproduksi, mendapatkan permintaan pasar (para konsumen) yang cukup terutama mengenai kualitasnya dan harga yang cukup menguntungkan. Sasaran penjualan adalah mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan (Hanafia dan Saefuddin, 1986).

Penjualan adalah refleksi daripada buying, merupakan lawan daripada pembelian. Buying tidak akan terjadi tanpa selling, selling tidak ada tanpa buying. Di dalam buying dan selling itu terjadi saling mendekati, melakukan tawar menawar, berunding, membentuk harga, dan penyerahan hak kepemilikan. Sukses atau tidaknya suatu perusahaan banyak ditentukan oleh penjualan. Oleh sebab itu fungsi penjualan dikatakan merupakan top function dari pada usaha di mana ditentukan selisih antara input dan output. (Buchari Alma, 1997)

Penjualan dilakukan oleh pedagang besar sebagai alat pemasaran bagi produsennya. Fungsi penjualan ini sangat penting karena bertujuan menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber-sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba. Pedagang besar harus mengetahui sasaran-sasaran penjualannya, terutama pengecer. Jika barang-barang dibeli untuk dijual, maka harus ditentukan bahwa barang-barang tersebut akan terjual (Basu Swastha, 1979)

Pembelian adalah proses atau kegiatan yang mendorong untuk mencapai penjualan. Fungsi pembelian merupakan usaha memilih barang-barang yang dibeli tersebut untuk dijual lagi atau untuk digunakan sendiri dengan harga, pelayanan dari penjual dan kualitas tertentu. Dalam pembelian, pedagang besar dapat bertindak sebagai agen pembeli bagi para pengecernya atau pemakai industri. Sebagai pembeli, ia harus mempunyai pengalaman dan pengetahuan tentang sumber-sumber pembeliannya. Disamping itu ia juga harus dapat membeli dalam jumlah yang paling ekonomis agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam penjualannya. Oleh karena itu, sebelum melakukan pembelian perlu diadakan analisis tentang sumber penyediaanya. (Basu Swasta DH, 1979).

Buchari Alma (1997) berpendapat bahwa ada 3 aspek dari pembelian yaitu :

1. Menentukan kebutuhan
2. Mencari penjual yang memiliki barang-barang yang sesuai dengan kebutuhan pembeli.
3. Penyelesaian tentang harga dan syarat-syarat lain, dengan demikian akan tercapailah maksud apa yang dikatakan "Good selling begins with good buying (penjualan yang berhasil dimulai dari pembelian yang baik).

2. Fungsi pengadaan secara fisik.

Fungsi pengadaan secara fisik menyangkut pula perpindahan barang-barang secara fisik dari produsen sampai konsumen. Yang termasuk dalam fungsi pengadaan secara fisik adalah fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan. (Basu Swastha DH, 1979)

Pengangkutan (transport) berarti Bergeraknya atau pemindahan barang-barang dari tempat produksi dan/atau tempat penjualan ke tempat-tempat dimana barang-barang tersebut akan dipakai. Dengan demikian fungsi pengangkutan menciptakan kegunaan tempat. Apabila fungsi pengangkutan dilakukan tepat waktunya maka fungsi ini akan menciptakan kegunaan waktu atas barang. Pengangkutan yang baik memungkinkan perluasan pasar dan memungkinkan pula spesialisasi dalam industri yang akan berakibat produksi secara besar-besaran. Kemajuan dalam pengangkutan telah meningkatkan macam ragam barang-barang yang tersedia untuk konsumsi, serta telah mengurangi biaya penyebaran barang, sehingga pemasaran barang dapat dilakukan lebih cepat. (Basu Swastha, DH, 1979)

Pengangkutan ialah kegiatan atau proses pemindahan barang dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Proses ini menciptakan kegunaan tempat. Dalam kegiatan dan proses pindahan ini dipersoalkan bagaimana caranya : apakah menggunakan mobil, truck, kereta api, kapal laut, kapal udara atau dibawa oleh orang atau oleh hewan. Bagaimana cara-cara memuat dan membongkarnya, dibungkus atau tidak dan sebagainya. (Soehardi Sigit, 1987).

Dalam pengiriman barang ke gudang, dealer, dan langganannya, ada lima cara pengangkutan yang dapat dipilih oleh perusahaan : pengangkutan yaitu dengan kereta api, melalui perairan, dengan truk, pipa saluran, dan angkutan udara. Irawan dan Faried Wijaya (1996) berpendapat bahwa ada 6 kriteria dalam memilih sarana pengangkutan yaitu sebagai berikut :

1. Kecepatan menunjukkan waktu pengantaran dari rumah ke rumah.
2. Frekuensi menunjukkan pengiriman berjadwal per hari
3. Keandalan menunjukkan upaya untuk memenuhi jadwal pada waktunya
4. Kemampuan kebolehan menangani berbagai ragam produk.
5. Ketersediaan banyaknya tempat singgah/bongkar muat yang dilayani.
6. Biaya per satuan barang, misalnya per ton, per kuintal, per sak, dan lain-lain.

Penyimpanan berfungsi melakukan kegiatan penyimpanan barang sejak selesai diproduksi atau dibeli sampai saat dipakai atau dijual di masa yang akan datang. Fungsi penyimpanan ini menciptakan faedah atau kegunaan waktu kerana melakukan penyesuaian antara penawaran dengan permintaannya. Apalagi untuk barang-barang yang sifatnya mudah rusak perlu tempat penyimpanan khusus. Dengan penyimpanan memungkinkan bagi penjual untuk mengatur pemasaran sampai kondisi pasar menguntungkan. Penyimpanan dapat dilakukan dengan menggunakan gudang (tempat penyimpanan) sendiri atau menyewa gedung umum. (Soehardi Sigit, 1987)

3. Fungsi Pelancar.

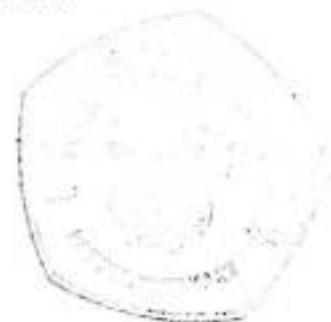
Pembiayaan/permodalan berarti mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dalam arus barang dari sektor produksi sampai sektor konsumsi. Fungsi pembiayaan adalah penyediaan dana yang diperlukan oleh produsen perantara maupun konsumen sendiri untuk kepentingan proses pemasaran. Pembiayaan erat hubungannya dengan kredit. Menggunakan kredit berarti mempergunakan modal uang orang lain yang nantinya harus dibayar kembali berikut

bunga kredit dapat diperoleh dari pihak swasta (per orangan), bank pemerintah, bank komersil, koperasi (Hanafia dan Saefuddin, 1986).

Penanggungan resiko dapat diartikan sebagai ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian atau kerusakan. Penanggungan resiko merupakan fungsi menghindari dan mengurangi resiko terhadap semua masalah dalam pemasaran, sehingga akan melibatkan beberapa fungsi lain. Dalam penyaluran barang-barang biasanya pedagang besar memberikan jaminan tertentu baik kepada pengecer maupun produsennya. Ia ikut bertanggung jawab dalam pemindahan barang-barang dari produsen sampai kepada pengecer. Untuk itu, ia harus memelihara persediaan yang memadai agar konsumen selalu dapat terlayani kebutuhannya. Sering juga pedagang mengambil hak milik atas barang-barang dan menawarkan kredit kepada pembelinya. Dengan demikian ia menanggung segala resiko kerusakan dan keusangan barang. (Basu Swastha DH, 1979).

Buchari Alma (1997) mengemukakan bahwa resiko dalam lapangan dagang ada bermacam-macam, antara lain :

1. Resiko secara physis
2. Resiko karena pencurian
3. Resiko karena kematian orang yang mempunyai fungsi strategis
4. Resiko dalam credit extension, misalnya kredit tidak dibayar oleh debitur.



Penanggungan resiko ini oleh pengusaha bisa dikurangi dengan cara :

1. Mengurangi kemungkinan timbulnya resiko dapat diusahakan dengan jalan mengurangi resiko kebakaran, mengurangi pencurian, dan dengan sistem pembukuan yang baik.
2. Shift of risk (menggeser resiko) dapat dilakukan dengan cara asuransi.

Informasi pasar terutama menduduki tempat penting diantara faktor-faktor apa yang diproduksi, dimana, bagaimana dan untuk siapa produk dijual dengan keuntungan terbaik. Karenanya informasi pasar yang tepat mengurangi resiko usaha sehingga memungkinkan pedagang beroperasi dengan baik dan memberikan keuntungan baginya, juga keuntungan bagi pihak produsen dan konsumen. Kecepatan informasi sangat perlu dalam memperoleh keuntungan. Fasilitas komunikasi modern seperti telegraf, telepon, radio dan TV mempercepat tersebarnya berita-berita pasar (Hanafia dan Saefuddin, 1986).

Standarisasi meliputi penentuan standar pokok, pemeriksaan produk untuk menentukan termasuk standar yang aman dan menjeniskan barang ke dalam kelompok-kelompok standar yang telah ditentukan. Standar adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang diterima oleh umum sebagai suatu yang mempunyai nilai tetap. Suatu standar ditentukan atas dasar ciri-ciri produk yang dapat berpengaruh pada nilai komersil pada barang. Ciri-ciri yang dimaksud berupa ukuran, bentuk, warna, kandungan air, kandungan unsur-unsur kimia dan lain-lain ciri atau kombinasi dari (antara) ciri-ciri tersebut. Menurut Sukamto dan Indiryo (1976) untuk menghasilkan produksi yang dapat bersaing memuaskan konsumen mampu diproduksi dengan

peralatan yang ada dan sedapat mungkin menekan biaya sampai batas kewajaran tanpa harus mengurangi kualitas produksi, maka ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pembentukan suatu standarisasi adalah :

- a. Memenuhi syarat kegunaan yang ditetapkan.
- b. Memenuhi standar kualitas perusahaan
- c. Dapat diproduksi dengan peralatan yang ada sekarang.

D. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran yang menyebabkan barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Ke dalam istilah lembaga pemasaran ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa. Golongan produsen adalah mereka yang tugas utamanya menghasilkan barang-barang. Disamping berproduksi, mereka seringkali aktif melaksanakan beberapa fungsi pemasaran tertentu untuk menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen. Besarnya biaya pemasaran tergantung dari macam komoditas yang dipasarkan, lokasi/daerah produsen. (Philip Kotler, 1999)

Lembaga pemberi jasa (facillitating agencies) adalah mereka yang memberi jasa atau fasilitas untuk memperlancar fungsi pemasaran yang dilakukan produsen atau pedagang perantara. Contoh dari lembaga ini yaitu bank, usaha pengangkutan, biro iklan dan sebagainya. (Hanafia dan Saefuddin, 1986).

Usaha untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Menurut David A. Revzan (2002) saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.

Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (Swasta dan Irawan, 1990). Dalam hal strategi penggunaan saluran merupakan suatu rencana umum yang mencakup dalam manajemen saluran.

Saluran-saluran distribusi yang umum digunakan menurut Musselman dan Jackson (1992) adalah :

1. Dari produsen kepada konsumen

Saluran yang paling langsung untuk mendistribusikan barang-barang konsumen ialah dari produsen kepada konsumen. Tetapi, hanya sedikit jenis barang yang telah dipasarkan secara demikian berhasil baik.

2. Dari pengusaha pabrik ke pengecer ke konsumen.

Saluran yang kedua adalah langsung dari pengusaha pabrik kepada pengecer terus kepada konsumen.

3. Dari pengusaha pabrik kepada grosir, kepada pengecer, kepada konsumen.

Kebanyakan barang yang mudah didapat seperti obat-obatan, barang dari logam atau besi dan bahan makanan, bergerak sepanjang rute dari pengusaha pabrik ke grosir, ke pengecer dan kemudian ke konsumen.

E. Sistem Pembayaran dan Penjualan

Henry Simamora (2000) berpendapat bahwa terdapat beberapa sistem pembayaran dan penjualan yaitu sebagai berikut :

1. Ex Works (EXW)

Eks berarti “dari” dan harga yang dikutip dikalkulasikan dari negara asal. Terdapat beberapa variasi dari syarat ex works (EXW) ini dan variasi itu meliputi ex factory, ex warehouse, ex mill, ex plantation, dan ex mine. Di bawah syarat-syarat ini, penjual menjadikan barang tersedia untuk pembeli pada waktu dan tempat tertentu, biasanya pada lokasi usaha atau gudang penjual. Pembeli mengambil pengiriman di tempat penjual dan menanggung segenap resiko dan biaya dari titik tersebut. Harga ekspabrik (ex-factory) menyajikan metode yang paling sederhana. Importir dianggap telah membeli hak produk pada pabrik eksportir. Semua biaya dan resiko sejak saat itu menjadi tanggung jawab pembeli. Metode eks-pabrik membatasi risiko eksportir . walaupun demikian, importir dapat menjumpai suatu perjanjian eks-pabrik sangat menuntut. Dari negara lain, terbukti sulit untuk mengelola transportasi dan menjaga berbagai formalitas yang berkaitan dengan perdagangan asing. Hanya perusahaan besar, seperti perusahaan

perdagangan Jepang, yang dapat menangani secara mulus pembelian eks-pabrik di negara lain.

2. FAS (Free Alongside Ship)

Dibawah syarat ini, harga meliputi pengiriman barang sampai di samping kapal atau wahana transportasi lainnya, dan eksportir membayar semua biaya sampai ke titik tersebut. Syarat tersebut tidak termasuk biaya pemuatan ke atas kapal. Lazim menggunakan pelabuhan ekspor sebagai titik asal untuk transaksi ini. Tanggung jawab hukum penjual adalah berakhir begitu mereka telah menerima tanda terima pemuatan barang.

3. Kontrak free-along-side

Mewajibkan eksportir bertanggung jawab atas barang sampai ditempatkan di samping pengiriman. Semua beban yang dikeluarkan sampai titik tersebut harus dipikul oleh penjual. Sisi ekspor dari kontrak berakhir pada saat penerimaan bukti penerimaan pengiriman yang menunjukkan pengiriman yang aman barang untuk embarkasi ke luar negeri. Harga FAS sedikit lebih tinggi dibandingkan harga eks-pabrik karena eksportir melaksanakan transportasi barang sampai pada saat pengiriman.

4. FOB (Free On Board)

Seperti halnya syarat-syarat lainnya di dalam kuotasi, poin di mana harga berlaku harus disebutkan. Para eksportir/pemasar lebih menyukai suatu klausula di mana kewajiban dan tanggung jawabnya paling kecil, seperti FOB pabrik mereka. Dalam syarat FOB, kewajiban dan tanggung jawab para eksportir berakhir pada saat

barang dinaikkan ke atas sarana angkutan di pabrik mereka. Harga FOB meliputi penempatan aktual barang di atas kapal/pesawat. Harga FOB bisa saja FOB dalam negeri pembawa atau FOB pembawa asing. Jika FOB di dalam negeri pembawa, maka harga FOB akan sedikit lebih murah dibandingkan dengan harga FAS. Tetapi bila FOB pembawa asing, maka harga beli bakal mencakup harga FAS ditambah biaya transportasi ke negara importir.

5. CNF (Cost and Freight)

Syarat ini umumnya menetapkan pelabuhan importir di luar negeri sebagai poin yang dibicarakan. Harga biasanya meliputi biaya transportasi ke tempat debarkasi yang ditetapkan. Pembeli, sebaliknya, diharapkan membayar asuransi. Seperti halnya FOB, risiko kerugian atau kerusakan barang dialihkan dari penjual kepada pembeli pada saat barang melewati rel pelabuhan.

6. CIF (Cost Insurance and Freight)

Titik yang digunakan untuk kuotasi bisa di lokasi mana saja. Tetapi Kamar Dagang Internasional merekomendasikan bahwa poin ini harus tempat destinasi. Harga CIF meliputi harga barang yang dijual, asuransi, dan semua biaya transportasi ke poin debarkasi (destinasi). Biaya pengiriman, dengan demikian, diperluas di luar negara ekspor. Meskipun harga mencakup lebih banyak item atau aktivitas dibandingkan FOB, kewajiban penjual tetap berakhir pada tahap yang sama (misalnya, pada saat barang dimuat). Penjual membayar asuransi, perusahaan asuransi dari pihak penjual memikul tanggung jawab begitu barang dimuat. Importir atau pembeli menyukai harga CIF yang berarti bahwa tanggung jawab

mereka bermula hanya setelah barang berada di negaranya. Para importir menyukai penentuan harga CIF juga karena lebih mudah membandingkan harga dari negara eksportir yang berbeda-beda dan dari pemasok nasional. Dibawah kuotasi harga CIF, kepemilikan barang diteruskan kepada importir segera setelah barang itu di muat ke atas kapal, tetapi eksportir bertanggung jawab atas pembayaran biaya pengiriman dan asuransi yang dibebankan sampai ke pelabuhan tujuan. Alternatif cukai pengiriman yang dibayar membebaskan kepada eksportir tanggung jawab penuh atas pengiriman barang pada suatu tempat tertentu di dalam negara importir. Dengan demikian, eksportir membuat metode penerimaan barang di pelabuhan asing, membayar pajuak/bea cukai yang diperlukan dan penanganan, dan menyediakan transportasi lebih lanjut di dalam negeri di negara importir. Harga barang yang dikirimkan lewat cara ini jauh lebih mahal dibandingkan barang yang diekspor di bawah kontrak CIF.

7. Ex Dock

Berarti dari dok/pelabuhan (ex dock) pada titik impor. Ex dock selangkah di depan CIF dan berarti bahwa penjual bertanggung jawab atas penempatan barang di atas dok pada pelabuhan asing yang ditunjuk dengan cukai yang dibayar, jika memang ada.

8. Cash in Advance

Dari perspektif perusahaan, penerimaan kas di muka untuk barang adalah opsi yang sangat digemari. Keuntungannya meliputi keamanan pembayaran dan ketersediaan dana untuk memenuhi perjanjian penjualan. Namun begitu, dari sudut

pembeli, cara ini kurang begitu diminati. Penjual dapat menuntut pembayaran di muka pada saat pembeli lemah secara finansial atau terdapat risiko kredit yang tidak diketahui, kondisi ekonomi/politis tidak stabil di dalam negara pembeli, penjual tidak bersedia menanggung resiko kredit.

9. Bill of Exchange atau Draft

Salah satu cara pembiayaan transaksi-transaksi internasional adalah melalui bill of exchange atau wesel(draft), yaitu suatu permintaan untuk pembayaran. Permintaan tersebut merupakan suatu perintah tanpa syarat tertulis dari seorang (penarik) yang meminta kepada orang terhadapnya wesel tersebut dialamatkan supaya membayar kepada payee pada waktu yang telah ditentukan. Penarik, biasanya eksportir, adalah pembuat permintaan pembayaran wesel. Pihak yang ditarik, biasanya pembeli, adalah pihak yang bertanggung jawab atas pembayaran wesel tersebut. Pihak yang dibayar (payee) bisa saja eksportir, bank eksportir, bearer, atau orang yang telah ditentukan. Singkatnya wesel adalah suatu permintaan untuk pembayaran. Draft merupakan instrumen yang dapat dinegosiasikan yang berisi perintah untuk membayar payee. Sebagian besar wesel (draft) adalah dokumenter, yang berarti bahwa pembeli harus memperoleh kepemilikan dokumen pengiriman sebelum memperoleh kepemilikan barang yang ditransaksikan.

10. Letter of Credit

Letter of Credit serupa dengan Draft, kecuali bahwa L/C ditarik atas bank dan menjadi akseptasi bank daripada suatu penerimaan perdagangan. Masuknya bank ke dalam proses pembayaran berarti jaminan yang lebih besar atas pembayaran kepada

eksportir. Sebagai instrumen hukum, *L/C* adalah perbuatan tertulis oleh sebuah bank melalui perjanjian sebelumnya dengan kliennya supaya menerima atau mencairkan penarikan oleh pihak ketiga untuk barang dan jasa yang diberikan. Dokumen ini, yang dikeluarkan oleh bank atas permintaan pembeli demi kepentingan penjual, merupakan janji bank untuk membayar sejumlah dana yang telah disepakati atas tanda terima dokumen tertentu dalam periode waktu yang telah ditetapkan.

III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat

Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan pada bulan Juni sampai bulan Agustus 2007 pada CV. Sumber Teknik Makassar, Sulawesi Selatan.

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Data yang diperlukan

a. Untuk mengetahui proses pemasaran flooring (finger joint) diperlukan data pembelian berupa jenis, asal dan jumlah log yang dibeli dalam 1 tahun dan harga kayu.

b. Untuk mengetahui pelaksanaan fungsi pemasaran diperlukan data-data sebagai berikut :

1. Data penjualan : Jenis, negara tujuan, jumlah volume kayu yang telah di produksi dari tahun 2002-2006 dan harga flooring.
2. Data pengangkutan : Jenis alat angkut, status kepemilikan saluran distribusi.
3. Data penyimpanan : Jenis sarana pergudangan, status, kepastian rata-rata dan lama penyimpanan.
4. Data standarisasi : Standar mutu yang diinginkan konsumen
5. Data penunjang : Modal, penanggulangan resiko dan informasi pasar

- c. Untuk mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi perusahaan dalam kegiatan pemasaran diperlukan data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak terkait.

2. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Non Survei

Metode non survei ini dilakukan sebagai langkah awal dari penelitian yang akan dilaksanakan. Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang gambaran umum pemasaran flooring yang dilakukan oleh CV. Sumber Teknik. Informasi ini diperoleh dari kepala bagian administrasi dan pemasaran CV. Sumber Teknik.

2. Metode Survei

Tujuan utama yang ingin dicapai pada metode survei adalah memperoleh data dan informasi yang lebih detail. Untuk mencapai tujuan tersebut maka dilakukan hal-hal sebagai berikut.

a. Pengambilan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah data-data berupa data pembelian, data penjualan, data pengangkutan, data penyimpanan, data standarisasi dan data penunjang. Sedangkan data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian baik melalui wawancara (interview) dengan responden maupun melalui observasi. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data

dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis dengan atau tanpa bantu daftar pertanyaan (questionnaire). Atau dengan kata lain, wawancara suatu cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melalui komunikasi langsung. Wawancara ini dilakukan sekaligus dengan observasi; yaitu pengamatan langsung terhadap kegiatan-kegiatan responden untuk mencocokkan dengan apa yang diceritakan di dalam wawancara.

b. Analisis data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini berupa wawancara, pengamatan langsung di lapangan ditabulasi. Selanjutnya data tersebut dianalisis untuk mendapatkan berbagai kesimpulan, diantaranya :

1. Hasil perhitungan penjualan yang didapatkan selama beberapa periode (lima tahun terakhir) ditabulasi untuk melihat peningkatan dan penurunan proses penjualan produk disetiap unit kegiatan produksi.
2. Implementasi fungsi-fungsi pemasaran.
3. Kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam memasarkan flooring.
4. Lembaga-lembaga pemasaran dan lembaga ekonomi lainnya yang terlibat dalam pemasaran.

C. Konsep Operasional

1. Flooring adalah lantai yang terbuat dari kayu yang dibentuk menggunakan mesin moulder.
2. Bahan baku adalah bahan yang digunakan sebagai bahan pokok yang akan diolah menjadi flooring.
3. Pemasaran adalah kegiatan memasarkan flooring ke negara tujuan
4. Lembaga pemasaran adalah badan - badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran yang menyebabkan terjadinya perpindahan flooring dari produsen ke konsumen.
5. Produsen adalah perusahaan pembuat produk flooring yang berbahan baku kayu bulat (log) menjadi flooring untuk diekspor ke luar negeri.
6. Konsumen adalah pengguna/pemakai produk flooring.
7. Penjualan adalah kegiatan untuk mencari dan mengusahakan agar flooring yang telah diproduksi mendapat permintaan pasar (para konsumen) terutama mengenai harga flooring tersebut.
8. Pembelian adalah pengalihan hak milik atas produk flooring dari pihak produsen ke pihak pembeli (konsumen)
9. Pengangkutan adalah proses Bergeraknya (pemindahan) flooring dari tempat produksi ketempat-tempat dimana flooring tersebut akan digunakan.
10. Penyimpanan adalah menahan flooring selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dijual.

11. Permodalan (Pembiayaan) adalah mencari dan mengurus modal yang berkaitan dengan transaksi – transaksi yang terjadi pada produksi dan penjualan flooring
12. Penanggulangan resiko adalah pengambilan resiko yang berhubungan dengan ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian dan kerusakan oleh pihak tertentu, selama pengiriman flooring ke negara tujuan.
13. Standarisasi adalah penentuan standar ukuran atau mutu flooring berdasarkan standar perusahaan ataupun standar yang diinginkan oleh konsumen pemesan.
14. Informasi pasar adalah tindakan – tindakan yang mencakup pengumpulan informasi (fakta-fakta dan gejala-gejala yang timbul sekitar pemasaran flooring) baik mengenai perkembangan harga, kebijakan maupun pesaing yang ada.
15. Fungsi pemasaran adalah meningkatkan kegunaan tempat, kegunaan waktu dan kegunaan persediaan barang sehingga bisa membentuk harga.
16. Proses pemasaran adalah kegiatan menyalurkan barang ke konsumen yang melalui beberapa lembaga sampai ke tempat tujuan.
17. CNF (Cost and Freight) adalah kesepakatan bahwa perusahaan penjual bertanggung jawab pada produk mulai dari pengangkutan sampai tiba di pelabuhan tujuan (importir) atau pembeli.



18. L / C (Letter of Credit) adalah surat yang dikeluarkan oleh bank devisa atas permintaan importir nasabah bank devisa bersangkutan dan ditujukan kepada eksportir di luar negeri yang menjadi relasi dari importir tersebut.

IV. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

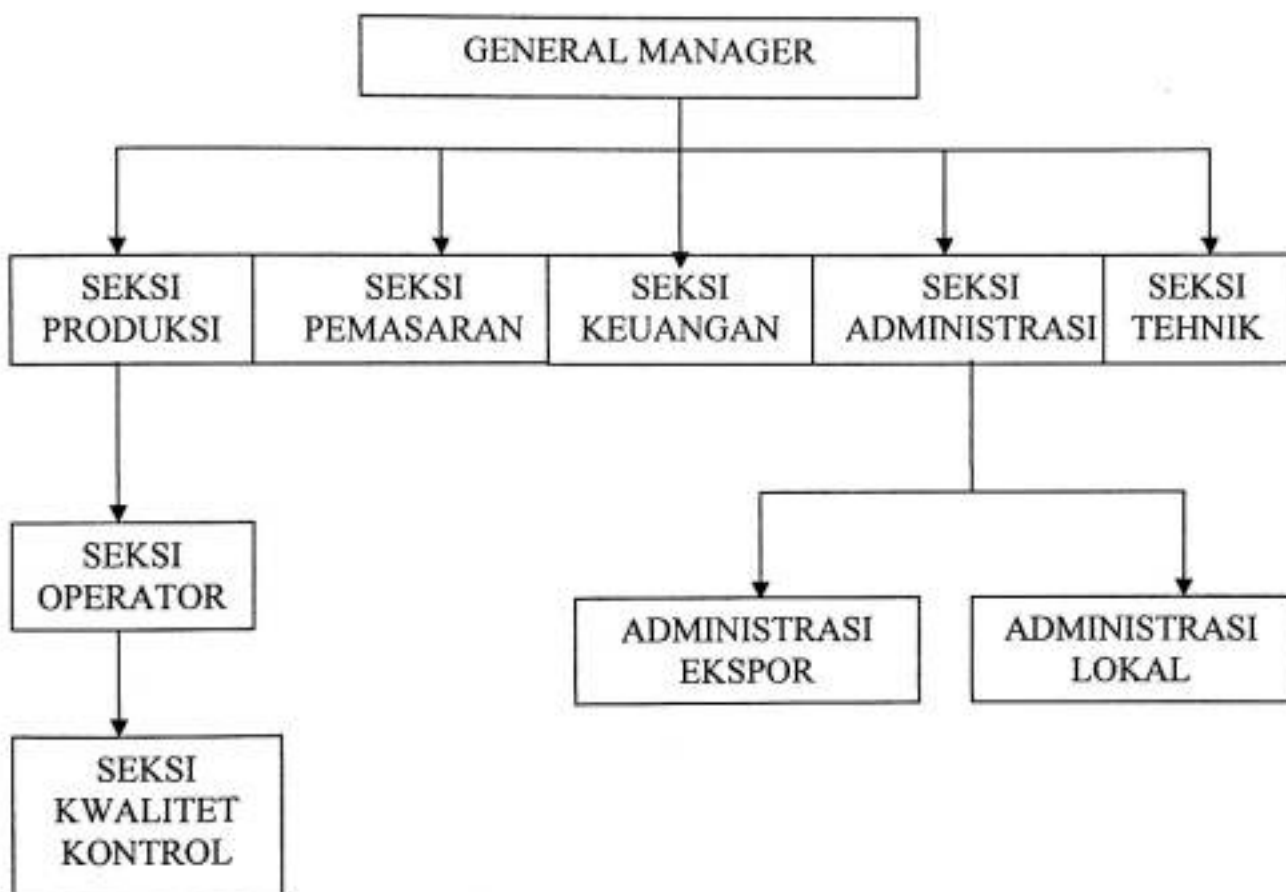
Pendirian CV. Sumber Teknik Makassar terletak di Kotamadya makassar tepatnya di jalan Panampu no. 9. CV. Sumber Teknik didirikan pada tahun 1950. Pada awalnya perusahaan ini bernama KONG HU FAT, saat itu masih sangat sederhana hanya memakai tenaga manusia yang menggergaji sebanyak 4 orang. Pada tahun 1955 mulai ada mesin block sag (mesin gergaji) yang dilengkapi mesin pembantu gergaji meja, walaupun hanya merupakan mesin konvensional tapi sampai sekarang masih terpakai, hal ini berjalan sampai tahun 70an. Selain dibidang penggergajian KONG HU FAT juga bergerak dibidang kontraktor. Pada tahun 80an mesin block sag diganti dengan mesin band saw dan nama KONG HU FAT diubah menjadi Sumber Teknik yang bergerak dibidang penggergajian dan kontraktor bangunan. Bangunan yang pernah dikerjakan seperti : gedung veteran, perluasan kantor gubernur, kantor DPR dan proyek TMII. Pada tahun 1983 Sumber Teknik ditingkatkan menjadi CV. Sumber Teknik dan karyawan dipekerjakan sekitar 100 orang, tetapi dibidang kontraktor sudah lepas. Selanjutnya CV. Sumber Teknik hanya konsentrasi pada industri penggergajian hingga sekarang. Pada tahun 1998 menambah mesin coating yaitu flow coater system dan hasil produksinya diekspor di negara-negara Asia dan Eropa.

Bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi adalah jenis kayu jati dan kayu bayam. Proses pengolahan diawali dengan ruang penerimaan yaitu kayu log yang masuk ke ruang penerimaan langsung diterima oleh CV. Sumber Teknik. Kemudian dimasukkan ke tahap selanjutnya yaitu factory I (pemotongan), factory II (pengeringan), factory III (pengerjaan), dan factory IV (pengecatan dan pengemasan)

Sumberdaya lahan dan bangunan yang dimanfaatkan oleh CV. Sumber Teknik Makassar adalah milik perusahaan. Sampai sekarang mesin-mesin yang dimiliki CV. Sumber Teknik secara keseluruhan terdiri atas Band saw (break down), band saw (re-saw), band saw (table saw), cross cut, klin dry, double face planner, jointer, moulding, double end, rib saw, shaper, finger joint press, laminating press, mesin sending, flow coater, sending sealer, lacquer sanding, top coat. Juga memiliki ruang saw doctor, gudang, dan ruang mesin generator. Masing-masing ruangan ini mempunyai pembatas yang jelas sehingga antar ruangan tidak saling mengganggu.

B. Struktur Organisasi.

CV. Sumber Teknik Makassar secara organisasi dipimpin oleh General Manager yang secara langsung membawahi beberapa seksi yang telah ditetapkan. Struktur organisasi CV. Sumber Teknik Makassar dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Organisasi CV. Sumber Teknik Makassar.

CV. Sumber Teknik Makassar, secara organisasi dipimpin oleh General Manager, dan membawahi beberapa seksi yang telah ditetapkan di mana mempunyai pembagian tugas dan tanggung jawab yaitu :

1. Seksi Produksi

Bertanggung jawab terhadap tenaga kerja atau sumber daya manusia yang melakukan kegiatan produksi. Pada seksi ini dibagi pula dalam dua seksi yaitu :

- a. Seksi operator yang bertanggung jawab terhadap pengoperasian mesin-mesin yang digunakan dan bertanggung jawab dalam pengurusan dan pemeliharaan mesin-mesin produksi.
- b. Seksi kualitas kontrol bertanggung jawab dalam hal kualitas hasil produksi.

2. Seksi Pemasaran

- a. Mengkoordinir seluruh pegawai atau tenaga kerja dalam perusahaan yang berkaitan dengan ekspor produk.
- b. Bertanggung jawab terhadap segala bentuk pemasaran produk yang dihasilkan
- c. Menerima hasil penjualan untuk dapat diteruskan pada bagian keuangan..
- d. Membina hubungan baik dengan para relasi
- e. Mengadakan kontrak penjualan dengan persetujuan direktur.
- f. Bekerjasama dengan perusahaan lain guna menunjang hasil produk.

3. Seksi Keuangan.

Bertanggung jawab terhadap pengelolaan dana perusahaan.

4. Seksi Teknik

Memiliki tugas dalam perencanaan, pengukuran dan pengawasan terhadap seluruh kegiatan perusahaan.

5. Seksi Administrasi

Bertanggung jawab terhadap dokumen - dokumen yang menyangkut tentang perusahaan, pembukuan, membuat laporan umum, dan keuangan serta mengatur pengadaan barang.

Berikut data-data tentang perusahaan :

1. Data Umum

- a. Nama Perusahaan : CV. Sumber Tehnik Makassar
- b. Jenis Usaha : Pengelolaan Kayu
- c. Jumlah Tenaga Kerja : Kurang lebih 100 orang
- d. Tahun Produksi : Tahun 1950 – sekarang
- e. Alamat : Jl. Panampu No. 9 Makassar

2. Daerah Kerja

CV. Sumber Tehnik Makassar terletak di jalan Panampu no 9 dengan luas areal kurang lebih 15.000 m³, dan sisanya untuk penampungan kayu.

3. Peraturan Kerja

Pada CV. Sumber Tehnik Makassar memiliki peraturan kerja bagi tenaga kerja tetap dan tenaga kerja sistem kontrak. Adapun waktu kerja setiap hari dalam seminggu dengan jam kerja antara lain :

Hari Senin – Kamis	Kerja	: 08.00 – 12.00
	Istirahat	: 12.00 – 13.00
	Kerja	: 13.00 – 16.00

Hari Jumat – Sabtu	Kerja	: 08.00 – 12.00
	Istirahat	12.00 – 13.00
	Kerja	13.00 – 15.00

Kecuali pada waktu hari jumat waktu istirahat lebih awal yaitu pukul 11.30 WITA sampai 13-30 WITA.

4. Pelaksanaan Sistem Kontrak

Pada CV. Sumber Teknik Makassar memiliki sistem kontrak yaitu kedua belah pihak harus menyetujui syarat yang disetujui atau ada ikatan dengan masalah gaji dan masalah waktu, dengan ketentuan masuk dibayar tidak masuk tidak dibayar, jika sudah habis kontrak tidak ada tuntutan tentang pesangon.

C. Peralatan dan Bahan Baku

Peralatan dan bahan baku yang digunakan oleh CV. Sumber Teknik Makassar diuraikan berdasarkan penggunaan alat dan bahan yang digolongkan sesuai dengan proses produksinya. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel.1. Jenis Peralatan yang digunakan pada CV. Sumber Teknik Makassar

NO	JENIS PERALATAN	ASAL	JUMLAH (UNIT)
1	Band Saw (Break Down)	Taiwan	2
2	Band Saw (Re Saw)	Japan	2
3	Band Saw (Table Saw)	Japan	4
4	Cross Cut	Amerika	5
5	KD	Indonesia	4
6	Double Face Planner	Taiwan	1
7	Jointer	RRC	2
8	Moulding	Jerman	1
9	Double End	Taiwan	1
10	Rib saw	Jerman	2
11	Shapper	Taiwan	1

12	Finger Joint Press	Taiwan	1
13	Finger Joint Laminating Pres	Taiwan	1
14	Mesin Sending	Japan	1
15	Flow Coater	Japan	1
16	Sending sealer	Jerman	1
17	Lacquer Sending	Japan	1
18	Top Coat	Japan	1
19	Blower	Indonesia	1
20	Mesin Gurindah Asah	Japan	3
21	Dust Collector	Taiwan	1
22	Mesin rel	Japan	1
23	Katrol	Japan	2

Sumber : Data Sekunder CV. Sumber Tehnik Makassar.

Bahan baku adalah bahan yang digunakan sebagai bahan pokok dan yang akan diolah menjadi suatu produk. Bahan baku merupakan faktor produksi yang sangat penting untuk melaksanakan suatu proses produksi dalam suatu perusahaan, karena merupakan sumber pokok untuk diproses menjadi suatu produk yang berkualitas.

Bahan baku utama produk flooring yang di produksi oleh CV. Sumber Tehnik Makassar adalah kayu jati (*Tectona grandis*) dan kayu merbau (*Intsia bijuga*). Untuk kayu jati diperoleh pada PT. Rajawali Surya Lestari di Kabupaten Bone sedangkan untuk kayu merbau diperoleh pada PT. Arfak Indra Jaya di Irian Jaya. Kayu tersebut dibeli dalam bentuk log setelah itu dipotong dalam mesin gergaji dalam bentuk papan tebal. Proses pengadaan bahan baku pada perusahaan adalah pihak perusahaan membeli kayu (log) pada supplier/penjual, dan mengadakan perjanjian terlebih dahulu sesuai dengan permintaan perusahaan. Rata-rata volume kayu logs yang dipesan oleh perusahaan $\pm 500 \text{ m}^3$, harga log yang diberikan tidak tetap karena kayu

log naik turun. Kayu (log) yang telah dibeli dikirim oleh pihak penjual dan diantar langsung di areal industri CV. Sumber Teknik. Lama pengangkutan memakan waktu sekitar 1 bulan. Proses pengiriman log sampai tiba di perusahaan merupakan tanggung jawab supplier/penjual kayu(log).

Jenis Bahan yang digunakan pada CV. Sumber Teknik makassar dapat dilihat pada Tabel 2 berikut :

Tabel. 2 Jenis Bahan yang Digunakan pada CV. Sumber Teknik Makassar.

NO	JENIS BAHAN	ASAL	CARA PENGANGKUTAN	CARA PENYIMPANAN
1	Kayu Bayam	Dalam Negeri	Mobil Angkutan kayu	Di areal khusus Untuk Penyimpanan Kayu
2	Kayu Jati	Dalam Negeri	Mobil Angkutan Kayu	Di areal Khusus Untuk Penyimpanan Kayu
3	Solar	Dalam Negeri	Mobil Angkutan Bahan Bakar	Tangki Bahan Bakar/Tangki Mesin
4	Oli Mesin	Dalam Negeri	Mobil Angkutan Bahan Bakar	Tangki Bahan Bakar/Langsung Melumasi Mesin
5	Oli Gergaji	Dalam Negeri	Mobil Angkutan Bahan Bakar	Tangki Bahan Bakar/Langsung Melumasi Gergaji

Sumber : Data Sekunder CV. Sumber Teknik Makassar.

Untuk mendukung kegiatan usahanya CV. Sumber Teknik Makassar menggunakan bahan dan alat penunjang berupa listrik, generator set dan air. Adapun daya tersambung/daya maksimal listrik yang dipakai yaitu 105.000 KVA dan generator set yaitu 1.350 KVA yang dipergunakan untuk penerangan ruangan, penggergajian, pengolahan kayu dan untuk pengoperasian peralatan kantor/adm. Sedangkan air tanah digunakan untuk proses pencucian mobil, kegiatan karyawan dan

pelanggan dengan rata-rata air yang digunakan $5 \text{ m}^3/\text{hari}$. Fasilitas telepon digunakan untuk mempercepat dan melancarkan kegiatan usaha.

D. Proses Produksi

Proses produksi dapat diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin bahan-bahan dan dana) yang ada. Proses produksi di industri CV. Sumber Teknik Makassar mempergunakan serangkaian mesin, serta tenaga manusia untuk memasukkan bahan baku dan mengeluarkan produk setiap unit. Adapun tahapan proses produksi flooring dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Proses Produksi Flooring Pada CV. Sumber Teknik Makassar.

1. Factory I (Wood Cutting Process)

- a. Log yang sudah ada dimasukkan dalam mesin Band Saw (Break down) untuk memotong log menjadi kayu gergajian/papan tebal.
- b. Kemudian kayu gergajian tersebut dimasukkan dalam mesin Band Saw (Re- Saw) untuk memotong-motong kayu menjadi ukuran yang lebih kecil lagi atau sesuai yang diinginkan
- c. Kayu yang tidak bisa terpotong di Re- Saw dimasukkan ke mesin Band Saw (Table Saw) dengan cara manual yaitu dua orang memegang kayu dan memasukkannya ke Table Saw sehingga kayu tersebut terpotong dan hasilnya sama dengan hasil kayu dari mesin Re- Saw
- d. Setelah semua kayu dalam ukuran kecil, maka dicarilah kerusakan yang terdapat pada ukuran panjang kayu. Apabila ada kerusakan/cacat pada kayu maka kayu itu dipotong dengan mesin Cross Cut. Lalu kayu tersebut dinamakan Sawn Timber atau ukuran kayu gergaji yang sesuai/layak untuk dipakai/di pasarkan.

Setelah proses di atas, Sawn Timber ada yang langsung di pasarkan, ada juga yang di Stacking/disusun untuk di masukkan dalam Kiln Dry. Selama proses Stacking, Sawn Timber diberikan pengeringan alami dengan cara dijemur di tempat terbuka selama 1-2 hari agar kadar airnya berkurang dan kayu tidak rusak saat masuk dalam Kiln dry akibat pergeseran dingin ke panas. Apabila musim hujan sawn timber tidak dijemur tapi disimpan ditempat penyimpanan kayu untuk langsung dimasukkan di ruang KD (klin dry).

2. Factory II (Wood Dry Process)

Setelah dikeringkan, kayu dimasukkan dalam ruang Kiln dry yaitu proses pengeringan kayu gergaji yang dilakukan dalam suatu ruangan/kilang yang disebut oven dan setiap 2-3 hari dites kadar air kayunya. Lama proses pengeringan tergantung tebal tidaknya kayu. Apabila kayunya tipis sekitar 10 hari dan apabila kayunya tebal sekitar 20 hari.

Setelah dicapai kadar air yang diinginkan, maka kayu dikeluarkan dalam Kiln dry dan didiamkan dulu selama dua minggu agar kayunya stabil dan siap untuk diolah. Daya tampung dari satu unit pengering $\pm 25 \text{ m}^3$.

3. Factory III (Wood Working Process)

- a. Sawn timber dari Kiln dry dimasukkan dalam mesin Double Face Planer untuk mengamplas/menghaluskan log bagian atas dan bagian bawah log.
- b. Setelah itu, dilakukanlah proses pemilihan oleh karyawan. Proses pemilihan ini dilakukan untuk mengetahui bagian kayu yang perlu diperbaiki/diluruskan.
- c. Setelah diberi tanda yang harus diperbaiki maka kayu dibawa ke mesin Jointer yang berfungsi untuk memotong/meluruskan satu sisi .
- d. Sisi satunya lagi dikikis/dipotong sesuai dengan lebar yang diinginkan sekaligus menghaluskannya di mesin Rib Saw.
- e. Setelah kedua sisinya sempurna, maka kayu di masukkan dalam mesin moulding untuk membuat alur, lidah dan bibir.

- f. Double End berfungsi untuk memotong sisi panjang kayu sesuai yang diinginkan sekaligus menghaluskannya.

Setelah dari mesin Double End, ada kayu yang siap untuk di pasarkan dan ada juga yang siap ke tahap selanjutnya yaitu Flooring sistem Finger Joint dan Finger Joint Laminating Press, semuanya tergantung permintaan pembeli.

- g. Setelah kayu melalui mesin Jointer dan Rib Saw, kayu di masukkan dalam mesin Shaper yaitu mesin yang berfungsi membentuk gigi pada kayu.
- h. Apabila kayu ingin dijadikan Finger Joint, maka kayu itu disambung antara satu dengan yang lain dengan cara memberi lem pada giginya kemudian merekatkannya. Kemudian kayu di bawa ke mesin Finger Joint Press.
- i. Apabila kayu ingin dijadikan Finger Joint Laminating Press, maka kayu itu disambung antara satu dengan yang lain baik disamping maupun dibawah, kemudian kayu diberi perekat yang sudah dicampur dengan pengering dan dipress di mesin Laminating Press. Setelah itu, diangkat dan dijepit dengan menggunakan catok tangan dan didiamkan sekitar 15 menit. Lalu dibawa ke mesin Rib Saw, Moulding dan Double End untuk diproses lebih lanjut lagi. Sawn timber dari Double End ada yang siap di pasarkan ada juga yang siap masuk dalam proses selanjutnya yaitu Coater dengan melewati proses penjemuran terlebih dahulu.

4. Factory IV (Wood Finishing Process)

- a. Sawn timber disemprot dengan gas/udara untuk menghilangkan debu-debu yang melekat pada saat penjemuran yang kemudian di cat bagian bawah kayu dengan cat Flat kemudian didiamkan agar catnya kering untuk ke tahap pengecatan selanjutnya.
- b. Setelah bagian bawah kayu sudah kering tahap selanjutnya pada bagian atas kayu juga dicat dasar (Sanding Sealer) yang kemudian di susun diatas gerobak dan dijemur 1 hari lamanya.
- c. Kayu kemudian diampas/dihaluskan dengan mesin Power Max yang berfungsi untuk menghaluskan sisa-sisa cat yang menggumpal di kayu. Setelah itu, bagian atas kayu diberi cat akhir (Top Coat) dan dijemur lagi seharian.

Setelah melalui semua proses Coating, kayu pun dipacking (dikemas). Pengemasan dilakukan sesuai dengan permintaan konsumen. Dari hasil pengamatan dilapangan, ada produk yang dipesan oleh konsumen dikemas dalam dos dan adapula produk flooring hanya langsung disusun dalam pallet kemudian dibungkus plastik lalu diikat dan siap dikirim. Untuk jenis flooring Finger Join (FJ) yang dikemas dalam dos, kapasitas dalam 1 dos berisi 10 lembar sedangkan untuk Finger Joint Laminating (FJL) dalam 1 dos berisi 6 lembar. Setelah pengemasan dilakukan diberikan identits pada flooring yang telah dikemas dan produk flooring siap untuk di kirim kepada konsumen.

Bentuk pengemasan ini semuanya tergantung dari permintaan konsumen yang menginginkan dikemas didalam dos atau dikemas dalam plastik. Flooring yang dikemas di dalam dos biasanya jenis flooring yang sudah di cat, agar produknya lebih aman. Sedangkan permintaan flooring yang dikemas dalam plastik merupakan jenis flooring yang belum dicat, untuk melindungi pengaruh dari kadar air yang bisa naik.

Kendala-kendala yang dialami pada proses produksi yaitu mesin yang digunakan dalam proses produksi tersebut rusak, produksi terhenti akibat pemadaman lampu yang mengakibatkan proses produksi terkadang mengalami penundaan, selain itu akibat hujan terus menerus.

Apabila mesin mengalami kerusakan, maka secepatnya mesin tersebut diperbaiki oleh tenaga teknis supaya proses pengerjaan tidak mengalami penundaan yang lama. Sedangkan untuk mengatasi pemadaman lampu CV. Sumber Teknik menggunakan alat penunjang berupa generator set. Akibat dari kendala tersebut mengakibatkan proses pengiriman flooring mengalami keterlambatan.

E. Modal

Salah satu kunci keberhasilan suatu industri dalam mengembangkan usahanya yaitu mempunyai modal yang optimim. Modal sangat berkaitan dengan pelaksanaan pengadaan bahan baku, proses produksi sampai memasarkan produk. Untuk menjalankan usaha ini, CV. Sumber Teknik Makassar mendapatkan modal dengan peminjaman kredit pada bank BII.

Modal awal yang dimiliki pendiri perusahaan yaitu sebidang tanah yang cukup luas yang dapat dimanfaatkan untuk membangun usaha, dengan modal yang tidak besar pemilik perusahaan mulai mengembangkan rencana usaha dalam pengindustrian pengolahan kayu. Dengan keterampilan yang dimiliki, pendiri perusahaan membuat mesin block sag dan juga membuat mesin dust collector sebagai langkah awal untuk memulai usaha. Seiring berjalannya perusahaan itu, perusahaan mulai membeli mesin yang ditawarkan oleh penjual mesin (dealer), karena pemilik perusahaan tidak memiliki modal yang besar untuk membeli mesin yang ditawarkan dan atas kepercayaan yang diberikan oleh penjual mesin tersebut maka pemilik perusahaan CV. Sumber Teknik diberi keringanan dengan mencicil mesin tersebut sampai batas yang ditentukan selama satu tahun. Atas kesepakatan antara dua pihak tersebut maka pemilik perusahaan CV. Sumber Teknik semakin memperlengkap peralatan dan mesin-mesin yang digunakan untuk usahanya. Dari keuntungan yang dimiliki dapat menutupi cicilan mesin-mesin yang telah dibeli. Agar usaha yang dimiliki perusahaan tetap berjalan dengan lancar, perusahaan mulai berfikir untuk melakukan peminjaman kredit pada bank BII, peminjaman kredit ini digunakan sebagai pegangan modal perusahaan. Jumlah kredit yang dipinjam pada bank BII sebesar Rp 1 milyar . Peminjaman kredit ini dilakukan agar perusahaan tidak mengalami krisis dalam keuangan.

F. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor penting dalam usaha-usaha kerja yang dilaksanakan. Hal ini disebabkan keberhasilan usaha yang direncanakan sangat tergantung pada faktor tersebut. Faktor tenaga kerja dapat mempengaruhi efisiensi produktivitas maupun terhadap penekanan biaya produksi. Selanjutnya dikatakan tenaga kerja lazim dijadikan sebagai pengukur produktivitas karena besarnya biaya yang dikeluarkan untuk kerja serta merupakan bagian dari biaya terbesar guna menghasilkan produktivitas kerja. (Wignjosoebroto, 1989)

Tenaga kerja pada CV. Sumber Teknik Makassar kurang lebih 100 orang karyawan yang terdiri dari delapan orang staf dan selebihnya bekerja dipabrik. Pendidikan karyawan bervariasi mulai dari SD, SMP, SMU dengan kisaran umur 18-64 tahun. Waktu kerja karyawan hari senin-sabtu bekerja pukul 08.00 – 16.00 WITA dan waktu istirahat selama 1 jam mulai pukul 12.00 – 13.00 WITA. Kecuali hari jumat waktu istirahat dimulai pukul 11.30 – 13.30 WITA. Sedangkan hari sabtu waktu kerjanya hanya sampai pukul 15.00 WITA. Jumlah tenaga kerja pada tiap factory (proses produksi) berdasarkan pendidikan, masa kerja dan usia di CV. Sumber Teknik Makassar dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel.3. Jumlah Tenaga Kerja pada Tiap Factory (Proses Produksi) Berdasarkan Pendidikan, Masa Kerja dan Usia di CV. Sumber Teknik Makassar

Factory	pendidikan			Masa Kerja			Usia					Jumlah
	SD	SLTP	SLTA	0-10	11-20	21-30	15-25	26-35	36-45	46-55	56-65	
I	16	6	2	11	5	8	7	7	8	2	-	24
II	1	-	1	1	-	1	-	1	-	1	-	2
III	20	14	11	27	17	1	15	15	13	2	-	45
III	9	7	4	15	5	-	8	8	3	1	-	20
Staf CV. Sumber Teknik												9
Jumlah												100

Sumber : Data Sekunder CV. Sumber Teknik Makassar

Sistem pemberian upah pada tenaga kerja yang diberikan oleh perusahaan meliputi beberapa tingkatan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing tenaga kerja. Pendapatan tenaga kerja didasarkan pada upah minimum propinsi (UMP) yang berlaku di propinsi Sulawesi Selatan serta memberikan uang makan, bonus, THR, dan jaminan kesehatan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Proses pemasaran merupakan kelanjutan dari proses produksi yang bertujuan untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian, fungsi pengadaan fisik yang terdiri dari fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan, dan fungsi pelancar yang terdiri atas pembiayaan/permodalan, penanggulangan resiko, standarisasi dan informasi pasar.

1. Fungsi pembelian

Pembelian bahan baku kayu merbau (*Intsia bijuga*) untuk produk flooring, dilakukan pada PT. Arfak Indra Jaya di Papua, sedangkan untuk kayu jati (*Tectona grandis*) dibeli pada PT Rajawali Surya Lestari di Kabupaten Bone dalam bentuk log.

Untuk pembelian bahan baku log , CV. Sumber Terhnik terlebih dahulu melakukan kontrak pembelian kayu log kepada perusahaan penjual log. Isi kontrak pembelian log sebagai berikut :

1. Nama perusahaan penjual log
2. Nama perusahaan pembeli log
3. Jenis kayu
4. Volume
5. Asal kayu
6. Harga
7. Pemuatan

8. Spesifikasi

9. Grading/Scalling

10. Kualitas

11. Pembayaran

Harga kayu yang diberikan perusahaan tidak tetap tiap tahunnya karena harga kayu kadang naik dan kadang turun. Rincian harga kayu yang telah dibeli oleh CV. Sumber Tehnik kepada perusahaan penjual log dari tahun 2002 sampai tahun 2005 dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Rincian Harga Kayu Log CV. Sumber Tehnik Makassar.

No.	Tahun	Perusahaan Penjual Log	Jenis Kayu	Volume	Asal Kayu	Harga (Rp)
1	2002	PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 500 \text{ m}^3$	HPH. PT. Teluk Bintuni Agro Karya di Babo/Bintuni	1.380.000/m ³
		PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 400 \text{ m}^3$	HPH. PT. Arfak Indra Jaya. Camp Goras, Fak-Fak Papua	1.245.000/m ³
2	2003	PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 500 \text{ m}^3$	PT. Sentrico Nabire, Irian Jaya	1.395.000/m ³
3	2004	PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 500 \text{ m}^3$	PT. Papua Products Export. Nabire, Papua	1.550.000/m ³
4	2005	PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 500 \text{ m}^3$	HPH. PT. Arfak Indra. Camp Goras, Fak-Gak Papua	1.950.000/m ³
5	2006	PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 700 \text{ m}^3$	HPH PT. Wanagaleng	2.150.000/m ³
		PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 500 \text{ m}^3$	Ex. Kayu Lelang dari Fak-Fak (Werabuan dan Saharey)	2.350.000/m ³
		PT. Rajawali Surya Lestari	Merbau	$\pm 750 \text{ m}^3$	Ex. Kayu Lelang Werabuan Distrik Fak-Fak Barat	2.350.000/m ³

Dari Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa harga log tahun 2002 pembelian pertama seharga Rp 1.380.000 dan mengalami penurunan harga logs pada pembelian kedua seharga Rp 1.245.000/ m³. Sedangkan pembelian log dari tahun 2003-2006 terus mengalami kenaikan harga log mencapai Rp 2.350.000/ m³. Rata-rata harga log tidak dapat ditentukan karena harga log kadang naik turun.

2. Fungsi Penjualan

Kegiatan penjualan pada CV. Sumber Teknik Makassar menghususkan pada penjualan flooring untuk pesanan ekspor. Awalnya perusahaan melakukan promosi atas produk yang dihasilkan dengan cara mengirimkan sampel/produk flooring ke perusahaan luar negeri. Untuk meyakinkan konsumen, perusahaan memberitahukan bahwa produk yang dimiliki ramah lingkungan sehingga tidak mengganggu kesehatan, kayunya legal, lem bebas formalin, dan mencantumkan hasil laboratorium kayu dari Departemen Kesehatan. Sampai saat ini volume produksi yang dihasilkan adalah merupakan pesanan. Perusahaan didatangi pihak konsumen untuk memesan flooring, sesuai ukuran dan mutu yang diinginkan. Setelah terjadi kesepakatan antar dua belah pihak, maka dibuatlah kontrak penjualan. Mekanisme pemesanan flooring juga biasanya dilakukan melalui via telepon antara pemilik perusahaan dan konsumen dan biasanya juga dilakukan melalui via email dimana didalam email tersebut sudah disebutkan jenis flooring yang yang diinginkan.

Penjualan flooring digunakan sistem kontrak , yang tercantum dalam kontrak penjualan tersebut hal antara lain:

1. Nomor kontrak kerja dan tanggal kerja
2. Ukuran flooring yang diinginkan (T x L x P)
3. Sistem penjualan flooring berdasarkan sistem CNF
4. Syarat pembayarannya dengan sistem L/C (Letterof Credit)
5. Tanggal penyerahan flooring dari produsen ke konsumen
6. Marking
7. Syarat Pembayaran

Pengamatan data tahun 2002 – 2006 negara-negara yang telah menjadi konsumen pada perusahaan CV. Sumber Teknik tiap tahunnya menerima pesanan dari negara yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan perusahaan dapat menerima pesanan ekspor untuk negara apa saja, sesuai dengan pesanan dan kesepakatan antara konsumen dan produsen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Negara-negara yang Telah Menjadi Konsumen Selama Tahun 2002 – 2006.

NO	NEGARA	INTENSITAS PESANAN TIAP TAHUN				
		2002	2003	2004	2005	2006
1	Singapura	1 kali	-	-	-	-
2	Jepang	9 kali	9 kali	6 kali	6 kali	3 kali
	a. Nagoya	1 kali	1 kali	2 kali	1 kali	1kali
	b. Tokyo	1 kali	2 kali	1 kali	2 kali	1 kali
	c. Hakata	-	-	1 kali	-	-
	d. Osaka	-	1 kali	-	-	-
e. Naha	-	-	-	-	-	
3	Antwerp, Belgia	20 kali	18 kali	13 kali	13 kali	19 kali
4	Italy	2 kali	4 kali	1 kali	1 kali	2 kali
	a. Livorno					

	b. Leghorn c. Napoli	-	-	-	-	1 kali
5	Liverpool, Inggris	-	-	-	1 kali	1 kali
6	Netherland, Belanda	1 kali	1	-	-	1 kali
7	Le Havre, Perancis	-	-	-	1 kali	-
8	Copenhagen, Denmark	1 kali	-	-	-	-
9	Valencia, Spanyol	-	-	-	1 kali	1 kali
10	Kroasia	-	-	-	-	2 kali
11	Melbourne, Australia	-	-	-	1 kali	-
		-	-	-	1 kali	-

Sumber : Data Sekunder Setelah Diolah, 2007

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa intensitas pesanan tiap negara per tahunnya berbeda-beda, dalam tiap tahun perusahaan menerima pesanan flooring dari negara-negara yang berbeda. Tetapi dapat dilihat pada tabel intensitas pesanan flooring dari tahun 2002-2006 yang menjadi konsumen tetap tiap tahunnya yaitu negara Jepang (Nagoya, Tokyo, Hakata), Belgia (Antwerp), dan negara Italy (Livorno).

Sistem pembayarannya dilakukan melalui L/C (Letter of Credit). L/C diterima oleh CV. Sumber Teknik Makassar setelah terjadinya kontrak dengan perusahaan konsumen sesuai jumlah produk yang akan dikirim. L/C adalah surat yang dikeluarkan oleh pihak devisa atas permintaan importir nasabah bank devisa bersangkutan dan ditujukan kepada eksportir di luar negeri yang menjadi relasi dari importir tersebut. Isi surat tersebut menyatakan bahwa eksportir penerima L/C diberi hak oleh importir untuk menarik wesel atas importir bersangkutan untuk sejumlah uang yang disebut dalam surat tersebut.

Sistem pengiriman yang dilakukan adalah dengan menggunakan sistem CNF (Cost and Freight) yaitu kesepakatan bahwa perusahaan penjual bertanggung jawab pada produk mulai dari pengangkutan sampai tiba di pelabuhan tujuan (importir) atau pembeli, sehingga apabila terjadi kerusakan pada produk maka perusahaan yang bertanggung jawab akan hal ini. Penetapan harga penjualan flooring pada CV. Sumber Teknik Makassar dengan memperhitungkan semua variabel yang digunakan seperti biaya produksi/biaya pengolahan kayu, upah buruh, biaya pengangkutan dan keuntungan yang akan diperoleh. Harga yang ditetapkan untuk jenis flooring bahan kayu jati seharga US\$ 1.400 – 1.900/m³, sedangkan untuk jenis flooring berbahan kayu merbau seharga US\$ 1.000 – 1.250/ m³, harga ini belum termasuk biaya pengecatan dan apabila permintaan kayu oleh konsumen menginginkan untuk di cat maka biaya akan ditambah seharga US\$ 200/m³ untuk semua jenis flooring.

Pengiriman produk oleh perusahaan untuk setiap tahunnya dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6. Pengiriman Produk Flooring Tahun 2002 – 2006

No	Tahun	Jumlah		Intensitas rata-rata
		Pcs	Volume (m ³)	
1	2002	857.029	737,9532	36 kali ekspor
2	2003	607.293	706,9998	36 kali ekspor
3	2004	655.376	496,6855	24 kali ekspor
4	2005	410.742	545,9153	28 kali ekspor
5	2006	401.7346	656,4547	32 kali ekspor

Sumber : Data Sekunder CV. Sumber Teknik Makassar, 2007.

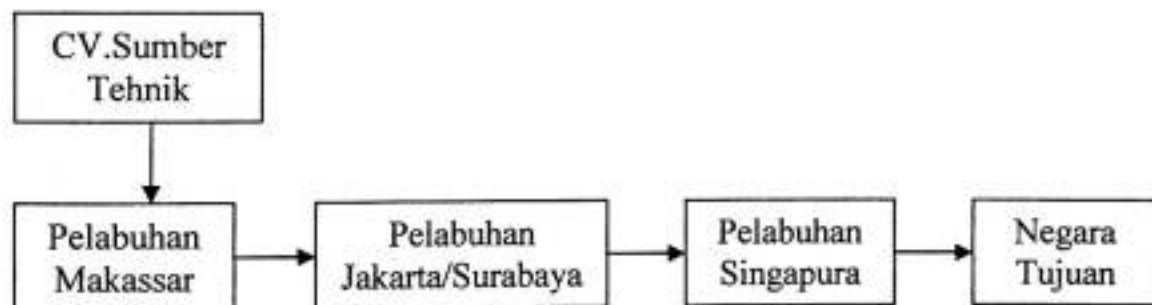
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengiriman flooring di CV. Sumber Teknik Makassar mulai dari tahun 2002 volume produksinya 737,9532 m³ dengan intensitas rata-rata pengiriman flooring sebanyak 36 kali eksport. Pada tahun 2003 volume yang dihasilkan turun 706,9998 m³ dengan intensitas rata-rata pengiriman flooring sebanyak 36 kali eksport. Pada tahun 2004 mengalami penurunan produksi volumenya 496,6855 m³ dengan intensitas rata-rata 24 kali eksport. Pada tahun 2005 volume produksinya meningkat menjadi 545,9153 m³ dengan intensitas rata-rata 28 kali eksport, dan pada tahun 2006 volume produksinya kembali meningkat sebanyak 656,4547 m³ dengan intensitas rata-rata 32 kali eksport. Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas rata-rata pengiriman flooring di CV. Sumber Teknik Makassar tiap tahunnya mengalami peningkatan, terkecuali pada tahun 2003. Hal ini disebabkan kapasitas produksi yang dapat dihasilkan perusahaan berdasarkan volume/jumlah pesanan yang tercantum dalam kontrak. Jadi, naik turunnya penjualan flooring tergantung dari konsumen yang memesan.

3. Fungsi Pengangkutan

Pengangkutan (transport) berarti Bergeraknya atau pemindahan barang-barang dari tempat produksi dan/atau tempat penjualan ke tempat-tempat dimana barang tersebut akan dipakai. Pengangkutan yang baik memungkinkan perluasan pasar dan memungkinkan pula spesialisasi dalam industri yang akan berakibat produksi secara besar-besaran. Kemajuan dalam pengangkutan telah meningkatkan macam ragam barang yang tersedia untuk konsumsi, serta telah mengurangi biaya penyebaran barang, sehingga pemasaran barang dapat dilakukan lebih cepat.

Flooring yang telah dikemas, sebelum dimasukkan ke dalam kontainer. Diadakan pemeriksaan oleh pihak sucofindo yang secara langsung datang ke perusahaan pada saat pengangkutan barang ke kontainer akan dilakukan. Setelah pemeriksaan, pihak sucofindo mengeluarkan berkas hasil pemeriksaan lapangan yang akan diberikan pada pihak CV. Sumber Teknik. Berkas tersebut harus dibawa ke kantor sucofindo disertai dokumen invoice, packing list dan endosment. Setelah itu akan dikeluarkan dokumen asli dari pihak sucofindo, untuk melengkapi dokumen-dokumen agar proses ekspor dapat berjalan dengan lancar.

Berikut proses pengangkutan flooring dari produsen ke konsumen (negara tujuan) dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Pengangkutan Flooring dari Produsen ke Konsumen.

- a. Pengangkutan flooring dari CV. Sumber Teknik ke pelabuhan makassar menggunakan jasa ekspedisi (PT. Panca Pradana Sentosa) yang menyediakan trailer digunakan untuk mengangkut flooring yang telah dikemas dalam kontainer. Kontainer dipesan dari PT. Samudera Indonesia atau Free Ekspres. Kapasitas dalam satu kontainer mencapai 18 – 23 m³ (sesuai ketentuan pemerintah). Pihak perusahaan ekspedisi datang ke perusahaan membawa surat pengantar dari PT. Panca Pradana Sentosa untuk diberikan kepada manager CV. Sumber Teknik,

surat tersebut diisi dan disertai dokumen FAKO (Faktur Kayu Olahan) dan dibawa kembali oleh pihak perusahaan ekspedisi sebagai pegangan selama perjalanan ke pelabuhan.

- b. Setelah flooring masuk ke kontainer, selanjutnya dibawa ke pelabuhan makassar untuk dinaikkan ke kapal Feeder Vessel.
- c. Dari pelabuhan makassar kontainer dibawa ke pelabuhan jakarta atau surabaya untuk ganti kapal ke II (MSC. Jessica)
- d. Setelah itu menuju ke pelabuhan singapura untuk ganti kapal ke III (Msc. Sindy)
- e. Dari singapura lalu ke pelabuhan negara tujuan.

Maskapai pelayaran yang digunakan tidak tetap karena kadang-kadang muatan kapal tidak menentu dan terdapat berbagai macam kapal yang dapat digunakan dalam pengangkutan dan hanya melakukan kerjasama pada saat ingin melakukan proses pengiriman. Agar kegiatan ekspor berjalan dengan lancar, pihak perusahaan harus memiliki dokumen-dokumen yaitu :

1. Endosment
2. Packing List
3. Invoice
4. SI (Shipping Instruction)
5. PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang)
6. Surat kuasa pada penerbit PEB
7. FA-KO
8. L/S (Laporan Surveyor)

9. PEB di tanda tangani oleh panca pradana sentosa dan dokumen PEB dikirim ke perdagangan, perindustrian, dinas kehutanan, logistik, kantor pajak.
10. BL (Bill of Lading)
11. Shipping Company Sertifikat
12. Permohonan SKA Form A dengan menyertai dokumen : Endosment, Packing List, Invoice, PEB, BL dan LS.
13. Dikeluarkan SKA Form A

Semua dokumen-dokumen tersebut dikirim melalui pengiriman DHL ke perusahaan pembeli produk flooring sebagai bukti bahwa produk yang dikirim memenuhi syarat-syarat ekspor.

Sistem pengiriman barang yang dilakukan oleh CV. Sumber Tehnik Makassar adalah sistem CNF (Cost and Freight) sehingga apabila dalam pengangkutan terjadi kerusakan pada produk maka perusahaan yang bertanggung jawab atas hal ini. Jika terjadi kecelakaan pada kapal yang mengangkut flooring misalnya kapal tersebut tenggelam, maka yang bertanggung jawab atas hal ini adalah perusahaan pembeli (konsumen) dan bukan menjadi tanggung jawab perusahaan (produsen) lagi. Hal ini sudah menjadi kesepakatan sebelumnya antara penjual dan pembeli. Pengangkutan dianggap selesai jika barang-barang sudah diterima oleh perusahaan yang memesan.

4. Fungsi Penyimpanan

Fungsi penyimpanan ini menciptakan faedah atau kegunaan waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dengan permintaannya. Apalagi untuk barang-barang yang sifatnya mudah rusak perlu tempat penyimpana khusus. Dengan penyimpanan memungkinkan bagi penjual untuk mengatur pemasaran sampai kondisi pasar menguntungkan. Penyimpanan dapat dilakukan dengan menggunakan gudang (tempat penyimpanan) sendiri atau menyewa gudang umum.

CV. Sumber Teknik Makassar memiliki tempat khusus untuk menyimpan flooring yang telah dipacking yaitu dalam gudang penyimpanan, terletak dibagian daerah produksi flooring. Flooring yang sudah di produksi di simpan dalam gudang sambil menunggu produksi selanjutnya, sehingga sudah cukup sesuai dengan pesanan. Gudang dapat menentukan mutu kayu, harus berpisah dari ruang saw mill, bebas debu dan harus bersih. Kapasitas gudang yang dimiliki CV. Sumber Teknik berukuran 10 m x 15 m. Flooring yang telah siap dikirim disimpan dalam gudang tersebut dan disusun sesuai negara-negara tujuan yang memesan dan siap diangkut di dalam kontainer kemudian dilakukanlah proses pengiriman.

5. Fungsi Pembiayaan / Permodalan

Pembiayaan/permodalan pada CV. Sumber Teknik Makassar berasal dari investasi yang ditanamkan dalam pendirian perusahaan, dan juga perusahaan membutuhkan tambahan dana dalam merealisasi pengembangan usahanya, dalam peminjaman kredit pada bank. Dari modal pribadi yang dimiliki, perusahaan juga membutuhkan tambahan dana dengan peminjaman kredit pada bank BII sebesar Rp 1 milyar. Dari peminjaman kredit ini dapat digunakan sebagai pegangan perusahaan agar tidak mengalami kesulitan dalam keuangan.

6. Fungsi Penanggulangan Resiko

Fungsi penanggulangan resiko mengandung usaha bagaimana mengelakkan atau mengurangi kemungkinan rugi karena barang rusak, hilang, turunnya harga dan tingginya biaya. Fungsi ini merupakan fungsi umum dari semua bagian kegiatan pemasaran, karena resiko akan terdapat pada semua bagian dari pemasaran.

Penanggulangan resiko akibat pengangkutan produk yang dikirim, akan ditanggung oleh pihak perusahaan sampai tujuan. Produk yang rusak selama pengangkutan merupakan tanggung jawab CV. Sumber Teknik Makassar dengan pemotongan harga yang telah disepakati. Penanggulangan resiko yang dilakukan perusahaan dalam mengatasi perubahan harga akibat fluktuasi harga yaitu perusahaan memberitahukan dan menjelaskan kenaikan harga flooring yang tidak sesuai dengan isi kontrak sebelumnya yang diakibatkan oleh naiknya biaya produksi, dan selama ini perusahaan importir menerima alasan tersebut dan menaikkan harga flooring. Untuk menaikkan harga flooring dari harga sebelumnya yang perlu diperhatikan terlebih

dahulu oleh pihak produsen yaitu melihat pasaran diluar negeri stabil atau tidak, mencermati valuta asing di dunia serta memantau stock flooring di luar negeri banyak atau tidak. Karena persediaan flooring di luar negeri kurang, permintaan pada perusahaan CV. Sumber Teknik meningkat maka ada peluang untuk menaikkan harga flooring. Kenaikan harga flooring mencapai 22.5 %.

7. Fungsi Informasi Pasar

Untuk informasi pasar CV. Sumber Teknik memonitoring market di Indonesia dan di luar negeri, mencari info-info dari kantor-kantor yang bersangkutan dalam pemasaran misalnya mencari informasi pada kantor perdagangan atau pada kantor sucofindo, menganalisa bagaimana menetapkan harga jual dengan berkomunikasi secara langsung dengan orang-orang yang berpengalaman dalam bidang pemasaran, dan mencari info-info pada pelayaran.

8. Fungsi Standarisasi

Standarisasi adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang mempunyai nilai tetap. Suatu standar ditentukan oleh ciri produk yang berpengaruh pada nilai komersil produk. Ciri yang dimaksud berupa syarat ukur yang dibuat perusahaan importir yang berisi tebal, lebar dan panjang serta kualitas yang diinginkan pembeli. Adapun cara uji yang dibuat oleh perusahaan dengan melihat warna kayu, kandungan air, kandungan unsur kimia, dan tidak merusak kesehatan.

Jenis standarisasi yang di inginkan konsumen yaitu grade A dengan ciri kayu yang di inginkan itu harus sempurna tanpa cacat sedikitpun, grade B dengan ciri permukaan mulus, tidak jamur, permukaan flooring tidak melebihi dua mata tapi dapat digunakan.

Jenis produk flooring yang dihasilkan di industri kayu olahan CV. Sumber Teknik yaitu :

1. Finger Joint dengan ukuran : 1,5 cm x 9,5 cm x 1818 atau 1820
2. Finger Joint Laminating dengan ukuran : 1,5 cm x 15 cm x 1818 atau 1820

Ukuran flooring tiap produksi berbeda-beda karena perusahaan mengerjakan bentuk flooring sesuai dengan permintaan/pesanan.

Standarisasi yang ada dalam CV. Sumber Teknik Makassar telah diperhitungkan semuanya baik itu dalam hal pengepakan produk. Pellet yang digunakan terlebih dahulu di fumigasi untuk membasmi ulat-ulat, virus dan kuman agar kayu yang akan dimasukkan dalam pallet tidak mudah rusak.

Kendala-kendala yang dialami yaitu pada saat proses terdapat lubang pada kayu, kayu retak, dan putih kayu. Cara mengatasinya yaitu kayu yang lubang didempul dengan menggunakan lem dempul untuk menutupi lubang tersebut, bagian kayu yang retak akan dibuang dan memanfaatkan kayu yang masih baik dan apabila terdapat warna putih pada kayu, bagian putih tersebut diberikan cat type cas cow a pro supaya kayu putih berubah warna seperti warna sebelumnya.

B. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran berkedudukan di daerah produsen (perusahaan eksportir) dan di daerah konsumen (perusahaan importir). Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran flooring adalah :

1. CV. Sumber Teknik Makassar

Perusahaan yang mengekspor barang/produknya ke negara tujuan dan mengeluarkan dokumen yang harus dimiliki untuk melakukan ekspor barang.

2. Jasa Ekspedisi

Perusahaan yang menyediakan trailer pada saat pengangkutan kontainer akan dilakukan. Nama perusahaan yang mengurus persediaan trailer ini yaitu PT. Panca Pradana Sentosa.

3. Pelayaran

Perusahaan yang menyediakan kontainer pada saat produk akan dikirim ke negara tujuan. Nama perusahaan pelayaran ini adalah PT. Samudera Indonesia.

4. Konsumen (Perusahaan importir)

Perusahaan yang membutuhkan produk berupa flooring, sesuai dengan ukuran dan mutu yang diinginkan. Perusahaan ini melakukan pembelian produk flooring secara langsung dari perusahaan penghasil flooring yaitu CV. Sumber Teknik Makassar. Perusahaan yang telah menjadi konsumen yaitu Sitra Holdings (International) Limited.

C. Permasalahan Perusahaan

Permasalahan yang timbul dalam proses pemasaran adalah :

1. Keterlambatan kedatangan log di industri yang telah di pesan dan telah melakukan pembayaran sebelumnya kepada pihak yang menjual log. Keterlambatan log ini biasanya diakibatkan adanya kendala dalam perjalanan berupa pemeriksaan kayu log apakah illegal atau legal oleh pihak yang berwenang dan dalam perjalanan angkut lewat laut yang dapat memakan waktu jika cuaca dalam keadaan tidak baik yang tidak memungkinkan kapal untuk berlayar. Untuk menanggulangnya, pada saat negosiasi pembelian kayu log, terlebih dahulu membuat perjanjian kontrak antara pihak pembeli dan penjual log disertai keabsahan kayu log itu sendiri.
2. Masalah kualitas, seperti pada saat pengiriman flooring ke negara tujuan ada kayu yang rusak atau patah pada saat pengangkutan dan jika pihak konsumen merasa dirugikan maka solusi yang diambil yaitu dengan melakukan pemotongan harga atas kerusakan barang tersebut. Pemotongan harga dilihat dari banyaknya jumlah kayu yang rusak, kira-kira mencapai 5-10%. Atau dari kesepakatan antara dua belah pihak bahwa kayu yang rusak apabila tidak dilakukan pemotongan harga, maka kerugian kayu akan diganti pada saat konsumen melakukan pesanan berikutnya pada perusahaan CV. Sumber Teknik.

3. Terjadinya fluktuasi harga, harga logs bisa saja cenderung meningkat, sedangkan permintaan konsumen juga semakin banyak. Sehingga harga flooring tidak dapat disamakan lagi dengan harga flooring yang telah diberikan sebelumnya, akibat kenaikan biaya produksi. Langkah yang dilakukan CV. Sumber Teknik Makassar dalam mengatasi kenaikan harga logs yaitu dengan melihat pasaran ekspor apakah meningkat atau tidak. Jika pasaran ekspor menurun maka harga log juga turun, begitupun sebaliknya jika pasaran ekspor naik maka harga log juga naik.

4. Pengurusan dokumen yang sering terlambat dan kapal yang sudah ditentukan belum siap sehingga proses pengiriman produk menjadi terlambat tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan. Untuk pengurusan dokumen yang sering terlambat, sebelum pengangkutan barang terlebih dahulu dilakukan negosiasi mengenai kapal yang akan digunakan, jadwal pengiriman serta pengurusan dokumen agar pengiriman barang tersebut sesuai dengan jadwal yang ditentukan, sehingga pihak pembeli tidak merasa dirugikan. Pengurusan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dikerjakan atau diurus jauh hari sebelum proses pengiriman akan dilakukan.

Agar permasalahan perusahaan ini tidak terjadi lagi, maka perusahaan lebih teliti lagi dalam memproduksi. Hingga hasil yang dicapai dapat sesuai dengan permintaan konsumen.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di CV. Sumber Teknik Makassar, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi pengadaan secara fisik dan fungsi pelancar yang diimplikasikan dengan kegiatan ekspor flooring sangat berhubungan dan saling menunjang untuk melaksanakan kegiatan memindahkan barang-barang/produk flooring dari CV. Sumber Teknik ke sektor konsumsi yang ada diluar negeri.
2. Proses pemasaran flooring pada CV. Sumber Teknik Makassar setelah di packing sampai tiba di tujuan terdiri atas beberapa tahap pengurusan dokumen-dokumen.
3. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran terdiri atas CV. Sumber Teknik Makassar, jasa ekspedisi (PT. Panca Pradana Sentosa), jasa pelayaran (PT. Samudera Indonesia), konsumen (Sitra Holdings International Limited).
4. Permasalahan yang dihadapi oleh CV. Sumber Teknik adalah harga flooring tidak sesuai lagi dengan harga yang diberikan akibat kenaikan biaya produksi. Untuk mengatasi masalah tersebut yaitu memberitahukan harga yang sesuai ke pihak konsumen.

B. Saran

Untuk memperlancar kegiatan pemasaran, perlu adanya kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang bersangkutan agar proses pemasaran dapat berjalan dengan lancar dan pihak yang tidak bersangkutan dalam proses pemasaran tidak perlu adanya campur tangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH, M.B.A, **Saluran Pemasaran Edisi 1**, BPFE, Yogyakarta, 1979.
- Buchari Alma, **Dasar-dasar Bisnis dan Pemasaran**, Alfabeta., 1997.
- David A. Revzan, **Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke 2**, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta., 2002
- Irawan M.B.A, Faried Wijaya M., M.A, **Pemasaran Prinsip Dan Kasus Edisi 2**, Gadjia Mada Yogyakarta, BPFE, Yogyakarta, 1996.
- Hanafiah dan A.M. Saefuddin. **Tata Niaga Hasil Perikanan**. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta. 1996
- Henry Simamora, **Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II**, Penerbit Salemba Empat., 2000
- Kotler, Philip, **Marketing Management, Analysis, Planning and Control**, Prentice Hall Inc, 1980.
- Lazo, Hector, **Marketing**, Alexander Hamilton Institute Inc, New York, 1977.
- Mc. Carthy, E. Verome, **Basic Marketing**, fifth edition, Towin Book Co, 1975.
- Mubyarto, **Pengantar Ekonomi Pertanian**. LP3ES, Jakarta. 1989
- Masselman, V.A., dan Jaksaon, J.H.,. **Pengantar Ekonomi Perusahaan Edisi IX**. Penerbit Erlangga, Jakarta. 1992
- Philip and Duncan, **Marketing Principles and Methods**, Richard D. Irwin Inc, Homewood, Illinois, 1956.
- Philip Kotler, **Azas-Azas Marketing edisi 3**, Liberti, Yogyakarta, 1999.
- Radiosunu, **Manajemen Pemasaran Edisi 2**. Erlangga, 2001.
- Reksohadipradjo. S dan Gitosudarmo, L.,. **Manajemen Produksi**. Balai penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjia Mada, Yogyakarta. 1996
- Soehardi Sigit. **Marketing Praktis**. Liberty, Yogyakarta, 1987.

Sumber Teknik Makassar., **Daftar Pengiriman Flooring**. CV. Sumber Teknik Makassar., 2007

Sukanto dan Indiryo., **Manajemen Produksi**. Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta., 1976

Swasta B. dan Irawan., **Manajemen Pemasaran Modern**. Liberty Yogyakarta., 1990

Stanton, William J, **Fundamentals of Marketing**, Mc Graw-Hill Book Company, 1964.

William J. Stanton, **Prinsip Pemasaran**, Erlangga 1993.

Wignjosoebroto, S., **Tehnik Tata Cara dan Pengukuran Kerja**. Studio Penerbit Guna Widjaya, Surabaya., 1989