

ABSTRAK

Fahrudin, M. Rizal. 2012 SKRIPSI. Judul : “Analisis Saluran Distribusi Buah Dan Sayuran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan” Pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu
Pembimbing : Dr. H. Masyhuri, Ir., MP.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Volume Penjualan.

Saluran distribusi adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai. Distribusi dalam perusahaan akan berpengaruh pada cepat atau tidaknya suatu produk sampai ditangan konsumen. Keterlambatan atau kesalahan yang terjadi pada proses distribusi akan dapat mengganggu operasi perusahaan secara keseluruhan. Saluran distribusi yang dilaksanakan secara efisien dan efektif sangat diperlukan dalam upaya mencapai kondisi suatu perusahaan yang sehat karena distribusi merupakan kegiatan yang biasanya memerlukan pengarahannya sumber daya dalam jumlah besar. Penelitian yang dilakukan di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu bertujuan untuk mengetahui model saluran distribusi yang di pakai oleh perusahaan dan juga hasil dari pelaksanaan saluran distribusi.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun langkah langkah analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif.

Dari analisis deskriptif berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di perusahaan, distribusi yang di pakai oleh PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu menggunakan distribusi langsung dari produsen ke konsumen dan menggunakan distribusi tidak langsung yaitu dari produsen ke pengecer ke konsumen dan dari produsen ke pedagang besar ke pengecer kemudian ke konsumen. Sedangkan dari hasil penjualan tidak stabil tiap bulan dan penjualan tidak bisa memenuhi target sehingga hanya bisa mencapai 62,57% selama tahun 2011. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor, faktor yang paling menonjol yaitu kondisi barang yang tidak bisa bertahan lama dan harganya tidak bisa stabil sehingga harus *update* harga dipasaran. Sedangkan dampak dari penggunaan saluran distribusi tersebut yang dapat dirasakan yang paling utama pasti produk bisa terjual ke tangan konsumen dan perusahaan sendiri bisa menjalिक kerja sama lebih luas lagi dengan cara memperluas pangsa pasar.