

IMPLEMENTASI SALURAN PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI PT. PUPUK SRIWIDJAJA KANTOR CABANG D.I.YOGYAKARTA

Sarifudin Dhian Pratama

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi saluran pemasaran pupuk non subsidi PT. Pupuk Sriwidjaja Kantor Cabang D.I.Yogyakarta sesuai dengan aktivitas dan tujuan saluran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pupuk Sriwidjaja Kantor Cabang D.I.Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi data yang dianalisis adalah hasil observasi pada bidang pemasaran PT. Pupuk Sriwidjaja Kantor Cabang D.I.Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi saluran pemasaran pupuk non subsidi PT. Pupuk Sriwidjaja Kantor Cabang D.I.Yogyakarta dinilai belum efektif. Hal ini dikarenakan aktivitas saluran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pupuk Sriwidjaja Kantor Cabang D.I.Yogyakarta belum sesuai tujuan yaitu untuk menyalurkan pupuk dari perusahaan sebagai penyedia hingga ke tangan petani sebagai pengguna akhir secara merata, tepat waktu, tepat jumlah, dan tentunya tepat sasaran, sedangkan dari hasil evaluasi ditemukan masih ada beberapa kendala seperti kurangnya produksi dan *space* muatan pada kapal, faktor cuaca di laut, serta tidak adanya *travel agent* yang disediakan oleh kantor pusat.

Kata Kunci: *Implementasi Saluran Pemasaran, Aktivitas Saluran Pemasaran, Evaluasi, Pupuk Non Subsidi*

**IMPLEMENTATION OF THE MARKETING CHANNELS OF NON
SUBSIDIZED FERTILIZER OF PT PUPUK SRIWIDJAJA BRANCH
OFFICE OF YOGYAKARTA SPECIAL REGION**

Sarifudin Dhian Pratama

Abstract

This research aims to determine the implementation of non-subsidized fertilizer marketing channels PT. Pupuk Sriwidjaja Branch Office Yogyakarta special region which is in accordance with the activities and objectives of the marketing channel conducted by PT. Pupuk Sriwidjaja Branch Office Yogyakarta special region. This research uses a qualitative descriptive approach with the data study method analyzed is the result of observation in the marketing field of PT. Pupuk Sriwidjaja Branch Office Yogyakarta special region. The results of this research indicate that the implementation of marketing channels for non-subsidized fertilizer PT. Pupuk Sriwidjaja Branch Office Yogyakarta special region is considered not effective. This is because of the marketing channel activities carried out by PT. Pupuk Sriwidjaja Branch Office Yogyakarta has not been in accordance with the goal, namely to distribute fertilizer from the company as a provider to the farmer as the end user evenly, on time, the right amount, and of course on target, while the evaluation found there being some obstacles such as lack of production and cargo space on the ship, weather factors at sea, and the absence of travel agents provided by the head office.

Keywords: *the implementation of marketing channel, marketing channel activities, the evaluation, non-subsidized fertilizer*