

PENERAPAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PERUSAHAAN FIA TERASSO

Meiana Sinurat

Abstrak

Saluran distribusi adalah serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk mrnyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir. Ada dua cara saluran distribusi, yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung berarti menyalurkan produk secara langsung kepada konsumen akhir. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung dalam penyaluran produk menggunakan perantara berupa agen maupun distributor. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran distribusi yang diterapkan oleh perusahaan Fia Terasso dalam memasarkan produknya. Penelitian dan pengamatan yang dilakukan penulis yaitu menggunakan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di perusahaan Fia Terasso. Metode yang dilakukan yaitu metode pengumpulan data dengan observasi. Teknik pembahasan yang digunakan yaitu analisa deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perusahaan Fia Terasso menggunakan saluran distribusi tidak langsung yaitu perusahaan menggunakan perantara agen dan distributor untuk menyalurkan produknya hingga sampai kepada konsumen. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan Fia Terasso relatif efektif. Dengan demikian, maka penulis mencoba memberikan saran hendaknya perusahaan Fia Terasso mempertahankan kerjasama dengan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan saluran distribusi seperti agen dan distributor.

Kata Kunci: *Saluran Distribusi*

IMPLEMENTATION OF DISTRIBUTION CHANNELS HASSED FIA COMPANY

Meiana Sinurat

Abstract

Distribution channels are a series of organizational participants that perform all the functions needed to deliver products / services from the seller to the final buyer. There are two ways of distribution channels, namely direct distribution and indirect distribution. Direct distribution channels mean delivering products directly to end consumers. While the indirect distribution channel in the distribution of products uses intermediaries in the form of agents and distributors. The aim to be achieved in this study is to find out the distribution channels applied by the company Fia Terasso in marketing their products. Research and observations are carried out using case studies. This research was conducted in the company Fia Terasso. The method used is the method of data collection by observation. The discussion technique used is descriptive analysis. Based on the results of the study it can be concluded that the company Fia Terasso uses indirect distribution channels, namely the company uses intermediaries agents and distributors to distribute their products to consumers. The distribution activities carried out by the Fia Terasso company are relatively effective. Thus, the author tries to give advice that the company Fia Terasso maintains cooperation with institutions that deal with distribution channels such as agents and distributors.

Keywords: Distribution Channels