

# **IMPLEMENTASI SALURAN PEMASARAN PADA PT. DAGSAP ENDURA EATORE YOGYAKARTA**

**Tirmidi Ryan Habibulloh**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Saluran Pemasaran pada PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta yang meliputi kesesuaian antara aktivitas dan tujuan saluran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Saluran pemasaran merupakan strategi perusahaan untuk menyampaikan produk ke pasar dan menjamin ketersediaan produk di pasar melalui organisasi interdependen yang memiliki fungsi masing-masing. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dianalisis adalah hasil observasi pada bidang pemasaran PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi saluran pemasaran PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta dinilai belum efektif, karena ada aktivitas yang dilakukan oleh PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta belum sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan yaitu adanya ketidaksesuaian produk yang dipesan dengan produk yang dikirim dikarenakan stok yang tersedia di gudang perusahaan tidak menentu jumlahnya sehingga target penjualan perusahaan tidak tercapai.

**Kata Kunci:** *Implementasi Saluran Pemasaran, Aktivitas Saluran Pemasaran, Tujuan Saluran Pemasaran.*

**IMPLEMENTATION OF MARKETING CHANNEL  
AT PT. DAGSAP ENDURA EATORE YOGYAKARTA**

**Tirmidi Ryan Habibulloh**

**Abstract**

*This study aims to determine the Implementation of Marketing Channels at PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta which includes the suitability between the activities and objectives of the marketing channel carried out by PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Marketing channels are the company's strategy to deliver products to the market and guarantee the availability of products in the market through interdependent organizations that have their respective functions. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method. The data analyzed is the result of observations in the marketing field of PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. The results of this study indicate that the implementation of the marketing channel of PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta is considered not effective, because there are activities carried out by PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta has not been in accordance with the intended purpose, namely the incompatibility of the products ordered with the products sent because of the amount of stock available in the company's warehouse so that the company's sales target is not reached.*

**Keywords:** *Implementation of Marketing Channel, Marketing Channel Activity, Marketing Channel Purpose.*