

PENERAPAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT MULYA WIBAWA

Fikriyah Afifah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan saluran distribusi pada PT Mulya Wibawa yang meliputi rencana, aktivitas, dan tujuan saluran distribusi pada PT Mulya Wibawa Yogyakarta. Saluran distribusi merupakan strategi perusahaan untuk menyampaikan produk ke konsumen akhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dianalisa merupakan hasil observasi pada bagian pemasaran PT Mulya Wibawa. Tujuan saluran distribusi pada PT Mulya Wibawa, sebagai menyalurkan produk disetiap wilayah, menjaga stabilitas harga barang dan mengurangi biaya penyimpanan. Berdasarkan hasil penelitian PT Mulya Wibawa menggunakan saluran distribusi tidak langsung dengan jenis saluran distribusi intensif yaitu menjangkau semua lokasi dimana konsumen berada . PT Mulya Wibawa menggunakan pedagang besar dan pengecer untuk menyalurkan produknya ke konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan saluran distribusi PT Mulya Wibawa dinilai masih kurang karena adanya ketidakseimbangan jumlah saluran distribusi di antar wilayah.

Kata Kunci: *Saluran Distribusi, Tujuan Saluran Distribusi*

**THE IMPLEMENTATION OF DISTRIBUTION CHANNELS AT PT MULYA
WIBAWA YOGYAKARTA**

Fikriyah Afifah

Abstract

This study aimed to determine the implantation of distribution channels at PT Mulya Wibawa located in Yogyakarta. The implementation included the plan, activity, and the purpose of distribution channels at PT Mulya Wibawa, Yogyakarta. Distribution channels were the company's strategies to deliver products to the last consumers. This study used a qualitative descriptive approach with a case study method. The analyzed data were the results of observations in the marketing division of PT Mulya Wibawa. The purpose of the distribution channels at PT Mulya Wibawa, was to distribute products in each region, maintain the stability of the price of goods and reduce storage costs. Based on the research results using indirect distribution channels with the type of intensive distribution were reaching all locations where consumers located. PT Mulya Wibawa used wholesalers and retailers to distribute its products to consumers. The results of this study indicated that the implementation of PT Mulya Wibawa distribution channels was considered to be lacking due to an imbalance in the number of distribution channels between regions.

Keywords: *Distribution Channels, Distribution Channels Purpose*