

ANALISIS SALURAN PEMASARAN PADA PT INDONESIA NIPPON SEIKI

Alfath Machlyanando Pradomas

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis saluran pemasaran pada perusahaan PT. Indonesia Nippon Seiki. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kalitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara langsung yang dilakukan kepada tenaga penjualan dan melakukan pengamatan secara langsung dilapangan terhadap lingkungan objek yang sedang diteliti. Hasil analisis penelitian ini berdasarkan data pengiriman perusahaan pada periode Januari sampai dengan Maret 2020, saluran pemasaran tidak mencapai nilai efisiensi. Tercatat pengiriman pada PT. Suzuki Indomobil Motor 2W dengan nilai efisiensi sebesar 59% dan PT. Kawasaki Motor Indonesia sebesar 76%. Penyebab saluran pemasaran tidak efisien tersebut disebabkan oleh pengiriman yang cukup sering namun nilai produk yang dikirimkan rendah.

Kata Kunci: *Efisiensi Saluran Pemasaran*

Alfath
23/6/21

MARKETING CHANNEL ANALYSIS AT PT INDONESIA NIPPON SEIKI

Alfath Machlyanando Pradomas

Abstract

This study aims to determine the results of the analysis of marketing channels at the company PT. Indonesia Nippon Seiki. This research uses descriptive qualitative and quantitative methods. In this study, primary data collection was carried out by direct interviews with salespeople and direct observations in the field of the object environment being studied. The results of this research analysis are based on the company's shipping data in the period January to March 2020, namely the marketing channel does not reach the efficiency value. Recorded delivery at PT. Suzuki Indomobil Motor 2W with an efficiency value of 59% and PT. Kawasaki Motor Indonesia by 76%. The cause of the inefficient marketing channel is delivery that is quite frequent but the value of the product sent is low.

Keywords: Marketing Channel Efficiency

