

# **HUBUNGAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA PT.BAUMA SENTRA**

**YUDHA LINDAWATI, ALI WARDHANA,SE,MMA**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : saluran distribusi

Abstraksi :

Suatu perusahaan harus mampu bersaing ditengah-tengah maraknya pasar, yang tentunya harus mempunyai strategi dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu bagian marketing harus dapat mengatur strategi agar produk yang dihasilkan dapat terjual dengan suatu kebijakan yang tepat, terarah, dan efisien, sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Distribusi merupakan salah satu elemen dalam marketing mix yang merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam usaha meningkatkan hasil penjualan. Berhasil tidaknya pelaksanaan penjualan antara lain didukung oleh kualitas produk yang dihasilkan dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Bentuk saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Bauma Sentra adalah saluran distribusi tidak langsung, yaitu menggunakan system kantor cabang dalam mendistribusikan produknya untuk sampai ke tangan konsumen. Setiap adanya peningkatan distribusi akan diikuti oleh perubahan hasil penjualan. Hal ini didapat dari hasil  $r$  yaitu 0,99 yang berarti very significant (dilihat dari tabel  $t$  korelasi pada  $n=5$ ) maka setiap kenaikan atau penurunan biaya distribusi akan diikuti oleh jumlah penjualan produk kabel yang terjual. Sedangkan bobot hubungan saluran distribusi terhadap perkembangannya adalah 98% dan sisanya 2% merupakan faktor lainnya yaitu product, price dan promotion.