

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
SALURAN DISTRIBUSI
YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN PRODUK B
PADA PT. K DI KOTA TULUNGAGUNG**



Oleh :

SETIOWATI

NRP. 11192007

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1996**

ABSTRAK

Sejalan dengan perputaran waktu dan perkembangan zaman yang begitu cepat, dunia usaha pun makin marak dengan bertambahnya jumlah perusahaan - perusahaan yang terlibat di dalamnya. Hal ini menyebabkan makin tingginya tingkat persaingan di antara mereka, terutama perusahaan - perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama.

Perusahaan - perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama ini harus jeli melihat kesempatan pasar yang ada yaitu dengan selalu memantau situasi pasar untuk mengetahui perkembangan selera konsumen. Tidak hanya itu saja, tetapi juga mudah tidaknya barang itu diperoleh.

Jadi dalam hal ini perusahaan perlu memperhatikan pendistribusian produknya. Tentunya pendistribusian ini juga perlu memperhatikan aspek produk perusahaan itu sendiri. Apa artinya apabila sistem distribusinya dapat mencapai ke daerah pelosok tetapi produk tidak sesuai dengan selera konsumen. Jadi sebaiknya perbaiki sistem distribusi juga diikuti dengan perbaikan produk juga untuk akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Untuk mengetahui hubungan antara keduanya dilakukan suatu perhitungan kuantitatif.

Diharapkan dengan distribusi yang baik diikuti strategi produk yang tepat, tentunya akan membawa dampak positif terhadap volume penjualan perusahaan.