



Produk pupuk NPK Plus, yang di wilayah Jawa Tengah dan DIY dipasarkan oleh CV Karya Muda Surya Utama, adalah suatu produk baru di bidang pertanian. Sebagaimana produk baru lainnya maka dalam pemasaran membutuhkan kiat-kiat khusus. Di antara kiat tersebut adalah penetapan strategi sistem distribusi, dimana dalam menetapkan sistem ini perlu mempertimbangkan alternatif jenis saluran distribusi dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi. Karena selama kegiatan pemasaran produk ini belum dilakukan evaluasi terhadap saluran distribusi yang ada, maka penelitian yang dilakukan ditujukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, menilai faktor-faktor yang diidentifikasi dan mencari tingkat kepentingan faktor tersebut dalam pemilihan saluran distribusi pupuk NPK Plus serta menentukan saluran distribusi yang sebaiknya diterapkan untuk pemasaran pupuk NPK Plus tersebut.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara mengambil data yang diperlukan dari perusahaan dan membagikan kuesioner kepada responden untuk memberikan nilai skor faktor-faktor tertentu. Pada pengolahan data, teknik analisis yang dipakai adalah metode nilai faktor tertimbang yang di dalamnya mencakup perhitungan nilai-nilai : *Average Rate of Return* (ARR), volume produk terjual, peramalan untuk potensi pertumbuhan, daya jangkauan konsumen, *Benefit Cost Ratio* (BCR), kebutuhan manajerial, kemudahan pelayanan, penetapan harga, peluang melakukan promosi, penentuan bobot faktor, penggunaan metode *zero-one* dan mencari nilai alternatif (untuk keperluan ini dibuat satu program dengan bahasa BASIC).

Dengan menggunakan metode dan teknik analisis di atas maka didapatkan nilai-nilai dari masing-masing alternatif dan didapatkan nilai alternatif totalnya sehingga dapat ditetapkan suatu alternatif terbaik, dimana alternatif terbaik dari distributor utama ke saluran berikutnya adalah melalui subdistributor (nilai alternatif 45,83), sedangkan dari subdistributor Tegal ke saluran berikutnya alternatif terbaik adalah distribusi langsung (nilai alternatif 65,49) dan untuk subdistributor Sragen ke saluran berikutnya alternatif terbaik adalah distribusi melalui pengecer (nilai alternatif 73,855).