



## ABSTRAK

PT Tiga Husada Ekatama merupakan distributor baru dari PT Sari Husada yang mengelola pemasaran produk-produk PT Sari Husada. Dari seluruh produk PT Sari Husada yang dipasarkan, produk SGM 2 merupakan produk unggulan, karena pangsa pasar SGM 2 dibandingkan produk PT Sari Husada yang lain serta produk pesaing sejenis merupakan pemimpin pasar (*market leader*), atau dengan kata lain mempunyai pangsa pasar terbesar. Untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar, maka strategi yang dilakukan oleh PT Tiga Husada dalam memasarkan produk SGM 2 adalah dengan menggunakan tiga saluran distribusi yaitu :

1. PT Tiga Husada Ekatama → Grosir → Pengecer → Konsumen
2. PT Tiga Husada Ekatama → Pengecer → Konsumen
3. PT Tiga Husada Ekatama → Supermarket → Konsumen

Penggunaan tiga saluran distribusi tersebut belum pernah dinilai kinerjanya sehingga perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui kinerja setiap saluran distribusi, dan menentukan saluran distribusi terbaik berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi adalah : kemampuan mengembalikan investasi (*return on investment*), rasio margin penjualan dan biaya pemasaran, volume penjualan, kemampuan manajemen pemasaran, potensi pertumbuhan, kemampuan menarik konsumen, kemudahan/pelayanan pembelian, harga jual produk, dan penyebaran daerah pemasaran. Penilaian saluran distribusi berdasarkan faktor-faktor tersebut dilakukan secara kuantitatif dengan metode nilai faktor tertimbang. Pada metode ini ditentukan Indeks Kinerja setiap saluran distribusi dengan perhitungan menggunakan metode biner (*zero-one*). Saluran distribusi terbaik didasarkan pada persentase total Indeks Kinerja, dimana saluran distribusi yang mempunyai persentase total indeks kinerja terbesar adalah saluran distribusi terbaik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa untuk saluran distribusi melalui grosir persentase total Indeks Kinerjanya adalah sebesar 44,45%; untuk saluran distribusi melalui pengecer besarnya persentase total Indeks Kinerja adalah 18,52%; dan untuk saluran distribusi melalui supermarket persentase total Indeks Kinerja sebesar 37,03%. Dari hasil penelitian tersebut dapat ditentukan bahwa saluran distribusi terbaik dari tiga saluran distribusi yang digunakan oleh PT Tiga Husada Ekatama untuk memasarkan produk SGM 2 adalah saluran distribusi melalui grosir.