

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada salah satu unit dari PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko (Persero), yaitu Unit Teater dan Pentas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang akan memaparkan objek penelitian secara tertulis berdasarkan fakta-fakta yang ada. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui kegiatan observasi, *Forum Group Discussion* (FGD), dan studi pustaka. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Unit Teater dan Pentas menentukan saluran distribusi yang digunakan dalam meyalurkan *Ramayana Ballet* Prambanan kepada konsumen. Hasil dari penelitian ini, dapat diketahui bahwa Unit Teater dan Pentas menggunakan dua jenis saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Dapat diketahui juga bahwa Sekolah dan *Travel Agent* ditetapkan sebagai agen saluran distribusi yang utama dalam pemasaran *Ramayana Ballet* Prambanan. Keputusan tersebut diambil atas hasil pertimbangan dari dimensi-dimensi: 1) Pertimbangan Pasar (*Market Consideration*) 2) Pertimbangan Produk (*Product Consideration*) 3) Pertimbangan Perusahaan (*Company Consideration*) 4) Pertimbangan Perantara (*Middleman Consideration*).

**Kata Kunci:** Saluran Distribusi, *Ramayana Ballet* Prambanan, Pertimbangan Pasar, Pertimbangan Produk, Pertimbangan Perusahaan, Pertimbangan Perantara.

## **ABSTRACT**

*This research was conducted at one of the units of PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, and Ratu Boko (Persero), namely Unit Teater dan Pentas. This study uses a descriptive qualitative method that will describe the research object based on the facts. The data used in this study were obtained through observation activities, Forum Group Discussion (FGD), and literature studies. The purpose of this study was to find out how Unit Teater dan Pentas determine the distribution channels used in delivering Ramayana Ballet Prambanan to consumers.. The results of this study, it can be seen that Unit Teater dan Pentas use two types of distribution channels, namely direct and indirect distribution channels. It can also be seen that the School and Travel Agent are designated as the main distribution channel agents in the marketing of Ramayana Ballet Prambanan. The decision was taken based on the consideration of dimensions: 1) Market Consideration 2) Product Consideration 3) Company Consideration 4) Middleman Consideration.*

**Keywords:** *Distribution Channel, Ramayana Ballet Prambanan, Market Consideration, Product Consideration, Company Consideration, Middleman Consideration.*