

## **RINGKASAN**

**PITRI KHAIRANI, "PERANAN SALURAN DISTRIBUSI  
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
PRODUK GILLETTE DI PT. MESTIKA SAKTI MEDAN".**

Dibawah bimbingan Bapak Drs. Patar Marbun, MSi sebagai pembimbing I dan Bapak H. Syahriandy, SE, MSi sebagai pembimbing II.

Penjualan merupakan bagian dari proses saluran distribusi. Dimana setiap perusahaan yang menghasilkan barang/jasa pasti melakukan kegiatan penjualan. Indikasi naik/turunnya penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang naik/turunnya dapat dilihat pada periode tertentu. Dan saluran distribusi sangat besar pengaruhnya bagi pemasaran suatu produk, sebab produk yang bagaimanapun sempurnanya tidak akan berarti apa – apa bila produk tersebut jauh dari jangkauan konsumen baik dalam pengertian jarak maupun waktu. agar produk tersebut selalu tersedia pada saat yang dibutuhkan.

Saluran distribusi yang terlalu panjang mungkin akan mengakibatkan biaya yang tinggi atau sebaliknya saluran distribusi jangka pendek akan mengakibatkan tidak efektifnya penyaluran produk pada konsumen, oleh karena itu diperlukan penentuan panjangnya saluran distribusi, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan maka dalam hal ini saluran distribusi sangat memegang peran penting dalam memenuhi permintaan pasar dan memperluas jaringan pasar.

Adapun perumusan masalah yang penulis ajukan adalah:” Apakah ada hubungan antara saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan di PT. Mestika Sakti Medan.” Dan Hipotesisnya adalah:” ada hubungan yang positif antara saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan PT. Mestika Sakti Medan”.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah suatu perusahaan swasta yang berbentuk Perseroan terbatas (PT) yaitu PT. PT Mestika Sakti Medan. Yang bergerak dibidang usaha penjualan farmasi dan kosmetik. Dan saluran distribusi terdiri dari atas seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk atau jasa pemilikannya dari produsen kekonsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak dapat diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi atau *channel of ditribution* yang akan di gunakan dalam rangka menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Dari definisi tersebut dapat ditarik pengertian bahwa saluran distribusi merupakan bagian dari perusahaan yang membantu perpindahan hasil produksi dari produsen ke konsumen. Dimana saluran distribusi itu kadang di sebut juga sebagai saluran pemasaran atau saluran perdagangan.