

Dengan menetapkan produk, harga, dan promosi kegiatan pemasaran belum selesai masih harus dipikirkan bagaimana cara untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Banyak perusahaan sering kurang memperhatikan saluran distribusinya dengan baik. Padahal biaya saluran distribusi menjadi bagian biaya pemasaran seluruhnya. Perlu diketahui bahwa kegiatan saluran distribusi adalah kegiatan produktif yaitu mampu menciptakan kepuasan konsumen khususnya faedah tempat, faedah waktu dan faedah milik.

Untuk menciptakan kepuasan konsumen khususnya yang berhubungan dengan saluran distribusi diperlukan penerapan manajemen saluran distribusi yang baik. Bagaimana penerapan manajemen saluran distribusi pada P.T. Intan Pariwara ? Apakah perantara yang digunakan cukup membantu kelancaran saluran distribusinya ? Apakah P.T. Intan Pariwara menggunakan pertimbangan saluran distribusi dalam menentukan perantara ? Pertimbangan-pertimbangan apa saja



adalah studi kasus. Adapun teknik pemgumpulan data yang penulis gunakan, wawancara, observasi, dokumentasi dan ku estioner. Temuan lapangan yang terkumpul dibuat tabulasi kemudian berdasarkan literatur dibuat penilaian untuk masing-masing kebijakan saluran distribusi yang diterapkan pada P.T. Intan Pariwara, Klaten.

Kegiatan saluran distribusi pada P.T. Intan Pariwara Klaten menggunakan 50 buah agen sebagai perantaranya.Perantara inilah yang kemudian meneruskan kegiatan saluran distribusi secara aktif. Dalam penyaluran produk P.T. Intan Pariwara menggunakan 3 macam saluran distribusi.

Kegiatan saluran distribusi pada P.T. Intan Pariwara hingga saat ini berjalan lancar (sudah dikelola sedemikian rupa sehingga dapat memuaskan konsumen). Namun begitu ada beberapa hal oleh P.T. Intan Pariwara belum secara pe nuh diterima yaitu dalam penggunaan perantara, perantara yang ada belum dapat membantu sepenuhnya dalam bidang keuangan, hal ini disebabkan pembayaran yang dilakukan oleh tiap agen secara kredit sehingga jumlah uang yang terkum-