

ANALISIS STRATEGI BERSAING MELALUI SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENINGKATAN OMSET PENJUALAN CV. YONGS FISH INTERNATIONAL

Nining Suningrat, Ali Wardhana, SE, MMA.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : analisis strategi bersaing

Abstraksi :

Distribusi adalah kegiatan menyalurkan atau menyebarkan produk barang atau jasa dari produsen kepada konsumen pemakai. Perusahaan atau perseorangan yang menyalurkan barang disebut Distributor. Strategi Bersaing mempunyai lima kekuatan, yaitu : para pesaing industri, calon pendatang, substitusi, pembeli, pemasok. Dan lima ancaman kekuatan tersebut adalah ancaman segmen yang ketat, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, ancaman peningkatan kekuatan posisi tawar pembeli. Dalam usahanya bahwa distribusi terhadap hasil penjualan CV. Yongs Fish International melaksanakan distribusi melalui distribusi langsung. Hubungan biaya distribusi dengan hasil penjualan CV. Yongs Fish International menunjukkan hubungan yang kuat dan positif ditunjukkan oleh hasil perhitungan koefisien korelasi (r) = 0.6770 dan persamaan regresinya: $y = 0.45 + 2.01x$