

ABSTRAK

WULAN FAUZIAH 2020, ANALISIS STRATEGI DISTRIBUSI DALAM MEMPERTAHANKAN SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK DI ASHIFA COLLECTIONS TASIKMALAYA. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Strategi pemasaran memiliki elemen yang saling berkaitan salah satunya adalah distribusi. Strategi distribusi merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan siklus daur hidup produk. Strategi distribusi merupakan suatu cara menentukan proses yang akan dilakukan dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Keberhasilan suatu produk bergantung pada strategi distribusinya. Namun pada kenyataannya, tidak semua perusahaan dapat melaksanakan strategi distribusi yang baik dalam upaya mempertahankan siklus daur hidup produknya. Siklus daur hidup produk suatu perusahaan dapat bertahan lama apabila strategi distribusi di setiap tahapan siklus daur hidup produk terlaksana dengan baik. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah strategi distribusi dalam mempertahankan siklus daur hidup produk di Ashifa Collections Tasikmalaya. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi di Ashifa Collections Tasikmalaya.

Metode penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan sumber data yaitu sumber data primer yang merupakan Owner Ashifa Collections Tasikmalaya dan sumber data sekunder yang terdiri dari buku laporan perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan instrument penelitian yaitu peneliti itu sendiri sebagai instrumen utama dalam penelitian, pedoman observasi dan pedoman wawancara.

Strategi distribusi yang dilakukan Ashifa Collections dalam upaya mempertahankan siklus daur hidup produk yaitu distribusi langsung, distribusi eceran/ritel dan distribusi agen/pialang. Dalam upaya mempertahankan siklus daur hidup produk Ashifa Collections tidak melakukan strategi distribusi secara grosir. Dilihat dari beberapa strategi yang dilakukan hanya distribusi ecer/ritel melalui reseller dan distribusi agen/pialang yang optimal. Selain itu strategi distribusi pada tiap tahapan siklus daur hidup produk tidak sepenuhnya optimal. Hal tersebut dilihat pada tahap perkembangan perkembangan Ashifa Collections tidak melakukan strategi distribusi dengan cara perluasan pangsa pasar.

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa strategi distribusi yang dilakukan Ashifa Collections belum sepenuhnya berhasil mempertahankan siklus daur hidup produk.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Distribusi, Siklus Daur Hidup Produk