

## ABSTRAK

Perkembangan di dunia usaha yang semakin pesat ini menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar barang maupun pasar jasa. Dampak dari hal ini yaitu semakin banyak produk yang ditawarkan dalam kualitas yang beragam. Tingkat persaingan yang sangat ketat mengharuskan seluruh masyarakat dunia terutama pelaku usaha di era globalisasi ini yang ingin tetap mempertahankan eksistensinya harus menggerakkan seluruh potensi dan kekuatan yang dimilikinya agar dapat bersaing dengan yang lain. Dalam wawancara ini, peneliti melakukan wawancara terbuka dan mengajukan beberapa pertanyaan terkait Analisis Distribusi *Selling-in* Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran yang dilakukan UD. Bumi Pepaya yaitu dengan menerapkan 2 metode secara vertikal dan horisontal sehingga secara horisontal lebih banyak agen atau pedagang kecil yang mempercayai UD. Bumi Pepaya sebagai pemasoknya untuk memberi konsumen kepuasan terhadap buah pepaya yang dijual ditempat tersebut. Begitupun secara vertikal petani yang telah mempercayai dan memiliki loyalitas terhadap UD. Bumi Pepaya selama ini semakin meningkatkan lagi jumlah produk yang akan dijual pada konsumennya. Dalam pendistribusian *selling-in* yang dilakukan kepada UD. Bumi Pepaya petani memilih saluran distribusi dengan mempertimbangkan bebarapa faktor yaitu sifat produk, yang diproduksi oleh petani yaitu buah pepaya dimana sifat buah sendiri mudah rusak atau busuk sehingga perlu penanganan yang tepat saat proses pengiriman ke Bali dan Semarang. Biaya penggunaan saluran distribusi *Selling-in* biaya yang ditentukan mulai awal sudah sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan oleh petani dengan distributor UD. Bumi Pepaya.

**Kata Kunci: Distribusi, *Selling-in*, kinerja pemasaran**

## ABSTRACT

*This rapid development in the business world has resulted in an increase in companies entering the goods market and the service market. The impact of this is that more and more products are offered in various qualities. The very intense level of competition requires that all people in the world, especially business actors in this globalization era, who want to maintain their existence, must mobilize all their potential and strength in order to be able to compete with others. In this interview, the researcher conducted an open interview and asked several questions related to Selling-in Distribution Analysis to improve Marketing Performance conducted by UD. Bumi Papaya is by applying 2 methods vertically and horizontally so that horizontally more agents or small traders trust UD. Bumi Papaya as a supplier to give consumers satisfaction with the papaya sold at that place. Likewise, vertically, farmers who already trust and have loyalty to UD. Bumi Papaya has been increasing the number of products it will sell to its consumers. In selling-in distribution conducted to UD. Bumi Papaya farmers choose distribution channels by considering several factors, namely the nature of the product, which is produced by farmers, namely papaya fruit where the fruit itself is easily damaged or rotten so it needs proper handling during the shipping process to Bali and Semarang. The costs of using the Selling-in distribution channel, the costs that are determined from the start are in accordance with the agreements that have been made by farmers with distributors UD. Bumi Pepaya.*

**Keywords : Distribution, Sales, marketing performance**

