

## **ABSTRAC**

*PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) adalah merupakan salah satu perusahaan penyalur (distributor) yang salah satu komoditinya adalah semen. PT. erusahaan Perdagangan Indonesia bekerja sama dengan beberapa produsen semen seperti PT. Semen Padang, PT. Semen Gresik Tbk, PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk, PT. Semen Andalas Indonesia, PT. Semen Baturaja, dan PT. Semen Bosowa untuk menyalurkan produk komoditi semen. Pada tahun 2005-2009, perekonomian Indonesia mengalami masa resesi, yang mengakibatkan industri perdagangan dan kondisi perekonomian nasional bergejolak. Namun demikian pertumbuhan penjualan PT Perusahaan Perdagangan Indonesia cenderung meningkat khususnya komoditi Semen pada periode 2005-2009. Pertumbuhan penjualan komoditi semen meningkat dari tahun 2005-2009 baik dalam segi volume (tonase) dan omset (rupiah). Pertumbuhan penjualan komoditi semen pada PT Perusahaan Perdagangan Indonesia dipengaruhi oleh beberapa Critical Success Factors yang antara lain: persaingan harga, supply barang, angkutan, coverage area, jumlah salesman, demand, kondisi pasar, dan cuaca, yang berpengaruh dan berperan terhadap penjualan di cabang. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil angket yang diolah secara manual dan SPSS. Dari hasil analisis di tahun 2005 terdapat 10 cabang, tahun 2006 terdapat 12 cabang, tahun 2007 terdapat 15 cabang, tahun 2008 terdapat 14 cabang, dan tahun 2009 terdapat 12 cabang yang tidak mencapai dari raat-rata total penjualan per wilayah. Secara keseluruhan target perusahaan tahun 2005-2009 tidak tercapai, walaupun secara total penjualan mengalami pertumbuhan yang dipengaruhi oleh factor Critical Success Factors persaingan harga, supply barang, angkutan, coverage area, jumlah salesman, demand, kondisi pasar, dan cuaca.*

*Keyword: pertumbuhan, penjualan, critical success factors,*