

Pengaruh Perubahan Bentuk Kerja Sama Produsen-Distributor terhadap Efektivitas Sistem Distribusi Barang Kebutuhan Sehari-hari ke Pasar Tradisional pada PT Unilever Indonesia

Retno Savitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184492&lokasi=lokal>

Abstrak

Distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemasaran barang kebutuhan sehari-hari karena jenis produk ini harus dapat ditempatkan di sebanyak mungkin outlet agar konsumen dapat memperolehnya dengan mudah. Dalam hal ini, distribusi suatu produk di wilayah Indonesia perlu dipertimbangkan dengan cermat mengingat luasnya wilayah dan tersebaranya outlet yang ada terutama outlet tradisional. Untuk mensukseskan kegiatan yang kompleks tersebut maka diperlukan adanya kerja sama yang terpadu antara produsen dengan para perantara agar pendistribusian produk dapat berjalan efisien dan efektif. Untuk menjelaskan masalah ini, digunakan sistem distribusi PT. Unilever Indonesia (ULI) yang merupakan produsen barang kebutuhan sehari-hari sebagai suatu contoh. Pada periode sebelum tahun 1984, hubungan kerja PT. ULI dengan para distributornya kurang terpadu, di mana setiap pihak cenderung memfokuskan diri pada tujuan masing-masing dan kurang memperhatikan kerja sama yang dapat memberikan manfaat bagi kedua pihak yang tentunya dapat mendukung efektivitas distribusi secara keseluruhan. Menurunnya efektivitas ini ditunjukkan oleh menurunnya penjualan PT. ULI (dalam ton) terutama pada periode 1980-1984, rendahnya profitabilitas distributor dan kurang optimalnya penyebaran produk pada outlet di pasaran barang kebutuhan sehari-hari. Untuk mengatasi hal ini, ULI berupaya memodifikasi sistem distribusinya dengan menciptakan hubungan kerja sama yang terpadu yaitu mengkoordinir kegiatan operasional dari distributor dan menciptakan peraturan yang jelas mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak seperti pembagian wilayah kerja, keseragaman harga, penetapan metode pemesanan barang, pelayanan yang aktif dan teratur kepada para outlet pengecer, pemantauan perkembangan outlet di pasaran dan lain-lain. Dengan dilakukannya perubahan-perubahan ini, efektivitas dari saluran distribusi produk PT. ULI pun meningkat kembali.