

Strategi distribusi PT. Kompas Media Nusantara dalam menunjang peningkatan penjualan surat kabar "Kompas"

Stella Assumpta Ledah Martono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71634&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian mengenai Strategi Distribusi suatu perusahaan dapat dilakukan dengan memfokuskan pada bermacam-macam variabel dan obyek penelitiannya. Telaah dalam kajian ini menekankan pada pemahaman atas suatu realitas organisasi yang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan. Sehingga manajemen harus siap melakukan penyesuaian.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis dan kajian dilakukan secara kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui baik data primer, maupun data sekunder dan hasil penelitian bersifat konfirmatif. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan Analisis regresi dan uji t pada wilayah Jakarta, Luar kota serta secara total wilayah. Penulis mencoba menganalisis biaya distribusi dan ingin melihat apakah mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tingkat penjualan yang dicapai dengan menggunakan rumus manual, terhadap data yang terkumpul. Temuan dari hasil uji t, adalah suatu model yang menggambarkan adanya suatu hubungan kuat, positif antara besar biaya distribusi (yang dikeluarkan), jumlah agen (yang ada untuk menangani proses penyampaian fisik surat kabar) dengan peningkatan tiras atau oplah surat kabar.

Tugas suatu usaha adalah memberikan nilai/value keuntungan bagi pasar. Untuk mempertahankan kondisi ini, penulis menyarankan agar perencanaan unit, divisi dan corporate harus merupakan bagian dari proses marketing. Sasaran masing-masing unit diintegrasikan dan diarahkan kepada usaha menciptakan nilai dan rangkaian menyampaikan nilai demi tercapainya kepuasan konsumen. Saluran distribusi merupakan salah satu mata rantai yang sangat penting dalam menyampaikan surat kabar kepada pembacanya. Oleh karena itu, di samping menjadi tugas karyawan yang melakukan hubungan langsung dengan para agen sebagai perantara, juga harus mendapatkan perhatian dan keterlibatan dari pimpinan yang lebih tinggi serta unit-unit terkait. Penelitian terhadap kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara rutin dan meningkatkan profesionalisme para karyawan yang terlibat dengan memberikan penyuluhan dan tambahan pengetahuan terutama budaya kepedulian atas pentingnya peran yang diemban.