Manajemen saluran distribusi produk-produk PT Home Care Unilever Indonesia, Tbk

Umar S. Djojosoarwono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73544&lokasi=lokal>

Abstrak

Program Pemerintah yang mengatur Distributor lokal (maksudnya Distributor Indonesia) atau perusahaan nasional/pengusaha nasional diprioritaskan untuk membantu PT ULI,Tbk, khususnya di bidang pendistribusian produk. Menurut Undang-Undang No.1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing (PMA), Distributor Nasional bertugas menyampaikan produk-produk Unilever kepada konsumen akhir di seluruh wilayah Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian observasi. Mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber tertulis dari PT ULI, Tbk, ditambah data hasil wawancara dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan bantuan pengetahuan dan teori-teori yang pernah penulis peroleh, baca dan pelajari.

Oleh karena itu PT ULI, Tbk selalu menjaga hubungan yang baik dengan para distributor, pelanggan setia dan lingkungan sosialnya. Selanjutnya dalam perjalanannya PT ULI,Tbk berusaha keras agar produknya menjadi pilihan pertama bagi masyarakat (Misi Perusahaan), tetapi menurut penulis dengan kurang terbukanya PT ULI,Tbk di masyarakat membuat citra perusahaan kurang menyenangkan. Diharapkan dikemudian hari PT ULI,Tbk lebih mengutamakan peningkatan hubungan-hubungan dengan lingkungan sekitarnya. Kalau perlu moto perusahaan bahwa produk PT ULI,Tbk menjadi pilihan pertama bagi masyarakat, bisa ditambahkan bahwa PT ULI, Tbk juga milik anda.

Dalam memasarkan produknya PT ULI,Tbk membagi wilayah Indonesia menjadi empat wilayah pemasaran atau per Regional Safes. Untuk menyampaikan produknya PT ULI, menggunakan saluran distribusi perusahaan bagi pasar non tradisional seperti toko-toko swalayan dan menggunakan distributor independen untuk penyampaian produk kepasar-pasar tradisional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian produk ke konsumen akhir sudah memiliki sistim modem trade langsung dari pabrik ke toko-toko swalayan dan sistim penyampaian produk secara tradisional dari pabrik melalui distributor, selanjutnya ke pengecer-pengecer atau pasar-pasar tradisional .

Untuk periode Oktober tahun 2000 sistim tradisional menyerap 97% penjualan sedangkan sistim modern menyerap 94%, ini membuktikan bahwa penyampaian produk secara tradisional untuk di Indonesia masih lebih baik (masih mendominasi sistim penyampaian produk).