

BAB III

PT HEINZ ABC INDONESIA

DIVISI DISTRIBUSI DAN PENJUALAN CABANG BOGOR

A. H.J Heinz Co. Ltd.

Perusahaan Amerika Serikat yang didirikan oleh Henry John Heinz (H. J Heinz) adalah salah satu perusahaan raksasa *consumer goods* dan termasuk perusahaan yang memiliki strategi akuisisi untuk mengembangkan bisnisnya di berbagai negara. Produksi pertama yang dikeluarkan pada tahun 1875 adalah botol transparan (untuk memperlihatkan komitmen dalam memproduksi produk yang berkualitas) berupa saus tomat, yang diikuti oleh produk-produk lainnya seperti sambal botolan, saus cabe merah dan hijau, serta saus asam manis pertama di supermarket.

William R. Jhonson sebagai Presiden Direktur tahun 1996, CEO tahun 1998 dan sebagai ketua pada tahun 2000 melanjutkan strategi mengembangkan PT Heinz ke dunia Internasional dengan mengambil alih beberapa perusahaan di Belanda, Indonesia, Philipina, CostaRica. Hal ini menjadikan H. J Heinz memiliki 110 perusahaan yang tersebar di seluruh dunia.

Ada empat bidang yang menjadi bisnis inti HJ Heinz. Pertama, bisnis kecap, bumbu (*condiment*), dan saus. Kedua, makanan ringan dan meal. Ketiga, nutrisi balita (*infant nutrition*). Dan keempat, produk minuman selain air minum dalam kemasan.

B. Heinz ABC Indonesia

Awalnya ABC didirikan sebagai bisnis keluarga oleh Chu Sok Sam pada tahun 1975. PT Heinz ABC Indonesia (PT HAI), sebelumnya bernama PT ABC Central Food Industry, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan termasuk kecap, minuman, termasuk pula didalamnya pengemasan barang-barang hasil produksi sendiri, dan juga dibidang perdagangan besar (distributor).

Pada tahun 1999, H.J Heinz Co Limited membeli 75% saham PT ABC Central Food Industry di saat banyak investor asing menarik modalnya karena krisis yang melanda. Dengan pengambilalihan saham tersebut maka nama perusahaan diubah menjadi PT Heinz ABC Indonesia. Alasan dalam melakukan akuisisi ini adalah dengan melihat potensi pasar Indonesia yang cukup besar dan menjanjikan karena dilihat secara umum, fokus bisnis Heinz memang sudah mirip dengan portofolio bisnis yang dimiliki PT Heinz ABC saat ini karena di Indonesia, ABC juga memiliki bisnis kecap, saus dan *condiment* yang sama dengan HJ Heinz secara global. Jadi, Heinz datang ke Indonesia dan menemukan perusahaan yang punya bisnis serupa dan dengan alasan itulah dilakukan akuisisi.

Nama ABC yang telah melekat di hati keluarga Indonesia menjadi kekuatan fondasi bagi Heinz untuk menghadirkan produk yang lebih beraneka ragam. Tak hanya memiliki rasa yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia namun juga bergizi dan berkualitas tinggi. Visi dan misi PT HAI sekarang ini adalah:

- Visi : Menjadi perusahaan makanan dan minuman terdepan yang unggul dalam inovasi, mutu, dan nilai.

- Misi : Membangun lingkungan kerja bermotivasi tinggi dimana karyawan berjuang dalam membentuk tim berkinerja tinggi – HAI (berlandaskan pada kepercayaan, perdebatan yang sehat, komitmen, pertanggungjawaban, dan pencapaian hasil kelompok) yang dapat melampaui keinginan “Stakeholder”.

PT HAI pun memiliki kebijakan mutu sendiri, yaitu PT Heinz ABC Indonesia bertanggung jawab untuk menghasilkan produk yang bermutu, aman untuk dikonsumsi, halal, sesuai peraturan yang berlaku, serta dapat memenuhi kepuasan konsumen melalui upaya peningkatan mutu, produktivitas dan kualitas sumber daya manusia yang berkesinambungan.

C. Nilai-Nilai Perusahaan

Premier:

- **Passion:** (Penuh semangat) Kemenangan, jenis, produk, dan karyawan
- **Risk Tolerance:** (Toleransi terhadap risiko) Jiwa wirausaha dan pengambilan keputusan
- **Excellence:** (Keunggulan) Kualitas terbaik dalam *processing*
- **Motivation:** (Motivasi) Penghargaan terhadap kelompok atau perorangan
- **Innovation:** (Pembaharuan) Pembaharuan di setiap bidang
- **Empowerment:** (Pendelegasian) Pendelegasian kepada karyawan yang berpotensi dalam mengambil inisiatif
- **Respect:** (Penghargaan) Penghargaan terhadap kinerja yang utuh dan kepada setiap orang

“HAI Habits”:

Gabungan sikap dan perilaku ideal penunjang terbentuknya kebiasaan positif yang diperlukan oleh karyawan Heinz ABC untuk dapat melaksanakan

pekerjaannya dengan efektif. “HAI Habits” adalah perilaku positif untuk mencapai sukses di Heinz ABC, perilaku tersebut yaitu:

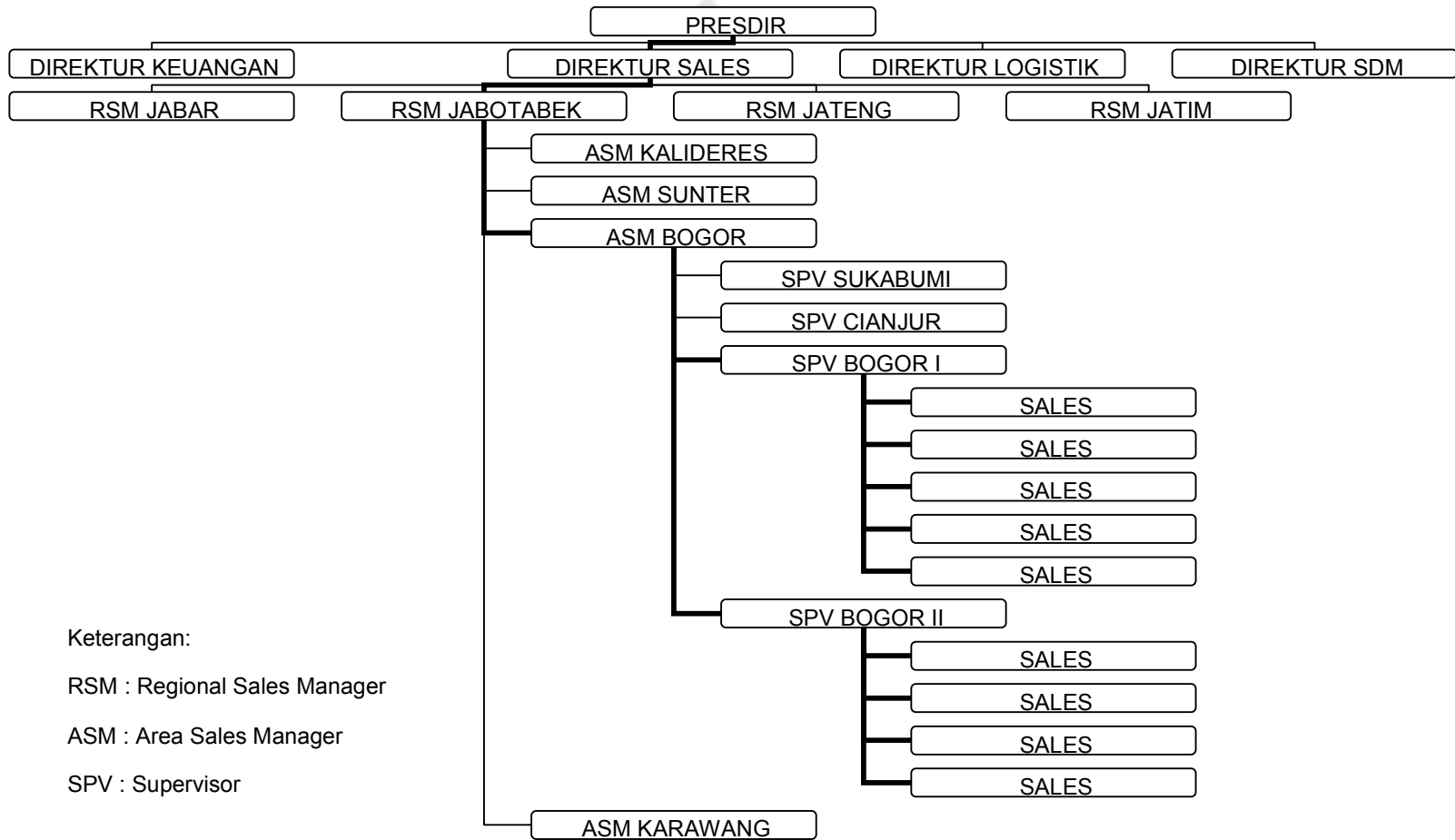
1. Sikap dapat dipercaya
2. Percaya diri
3. Komitmen kepada pekerjaan
4. Inisiatif
5. Pemecahan masalah
6. Bekerja dengan teratur
7. Kerapihan dan akurasi
8. Menyesuaikan diri
9. Kerja sama
10. Komunikasi yang efektif
11. Mengutamakan pelayanan

D. Jangkauan Produksi

Jangkauan produksi perusahaan:

1. Kecap (manis, asin, Inggris)
2. Saus Tomat dan Saus Sambal
3. Sirup
4. Minuman Kemasan (*juice, green bean, mister jusiee, capucini*)
5. Makanan Kaleng
6. Biskuit Bayi (*Farley*)

**E. Struktur Organisasi PT Heinz ABC
Indonesia**



Keterangan:

RSM : Regional Sales Manager

ASM : Area Sales Manager

SPV : Supervisor

Sumber: Struktur Organisasi PT Heinz ABC Indonesia (tanpa tahun)

F. Divisi Distribusi dan Penjualan

Salah satu divisi yang mendukung terpenuhinya visi dan misi dari PT Heinz ABC Indonesia adalah Divisi Distribusi dan Penjualan. Fungsi dari divisi ini adalah:

1. Menciptakan penjualan (*sales*)

Menjual barang dan menagih menjadi omset sebagai keuntungan

2. Menciptakan distribusi

Distribusi produk merata di seluruh outlet yang ada dengan jenis barang yang lengkap. Terbagi menjadi dua, yakni:

- Horizontal: memaksimalkan toko/ outlet yang ada di daerah
- Vertikal: memaksimalkan produk dalam satu toko/ outlet dengan selengkap-lengkapnyanya

Agar dapat menciptakan penjualan dan menciptakan distribusi, personil penjualan harus mengetahui informasi untuk setiap produk, yaitu:

1. Produk Kecap ABC

Keunggulan utama produk:

- Mudah meresap kedalam makanan, sehingga masakan menjadi lebih sedap dan nikmat
- Terbuat dari bahan-bahan berkualitas dan diproses dengan teknologi modern dan higienis
- Merupakan produk kecap yang dipercaya secara turun menurun
- Distribusi yang merata, sehingga mudah didapatkan diseluruh wilayah Indonesia
- Tersedia dalam berbagai kemasan sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhan.

2. Special Sauce ABC

Keunggulan utama produk:

- Memudahkan konsumen untuk memasak makanan ala restoran
- Terbuat dari bahan-bahan berkualitas dan rasa yang setara dengan merk impor
- Distribusi yang merata, sehingga mudah didapatkan diseluruh wilayah Indonesia

3. Sirup Squash ABC

Keunggulan utama produk:

- Sirup no. 1 di Indonesia dengan pangsa pasar > 50% (*market leader*)
- Merek yang sudah dikenal konsumen (*high awareness*)
- Tersedia dalam beragam rasa dan warna
- Kemasan yang inovatif (pouch dan sachet)
- Dukungan iklan dan promosi
- Kemasan pouch cukup untuk 5 gelas (keluarga) dan sachet untuk 1 gelas (individual)

4. Sirup Special Grade ABC

Keunggulan utama produk:

- 100% terbuat dari gula murni
- Merek yang dikenal oleh konsumen
- Dukungan iklan dan promosi
- Tersedia dalam beragam rasa dan warna
- Cocok sebagai minuman maupun untuk membuat kue, puding, dsb

5. Cream Syrup

Keunggulan utama produk:

- 100% terbuat dari gula murni dan susu bubuk skim
- Merek yang dikenal oleh konsumen
- Dukungan iklan dan promosi
- Tersedia dalam beragam rasa dan warna
- Cocok sebagai minuman maupun untuk membuat kue, puding, dsb

6. Saus Sambal ABC

Keunggulan utama produk:

- Diproduksi dari cabe segar dan bumbu-bumbu pilihan, dan diproses dengan teknologi tinggi sehingga terjamin kebersihan, kualitas, dan stabilitas rasa
- Diproduksi oleh perusahaan besar PT Heinz ABC Indonesia, yang sudah terbukti sebagai produsen saus sambal terbesar
- Praktis, dan rasanya sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia

7. Saus Tomat ABC

Keunggulan utama produk:

- Diproduksi dari tomat asli dan bumbu-bumbu pilihan, dan diproses dengan teknologi tinggi sehingga terjamin kebersihan, kualitas, dan stabilitas rasa
- Diproduksi oleh perusahaan besar PT Heinz ABC Indonesia, yang sudah terbukti sebagai produsen saus sambal terbesar
- Praktis, dan rasanya sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia

8. Mr. Jussie/ Mr. Jussie Plus Susu

Keunggulan utama produk:

- Mengandung sari buah asli
- Mr. Jussie kaya akan vitamin C (minum 2 kemasan memenuhi 100% kebutuhan harian vitamin C)
- Mr. Jussie mengandung Prebiotik, Vitamin C, dan Vitamin B2
- Tanpa bahan pengawet, zat pewarna, atau pemanis buatan
- Rasa yang lebih disukai (berdasarkan riset)
- Desain kemasan menarik dan tampak seperti produk impor
- Dukungan iklan dan promosi
- Harga yang sangat kompetitif

9. ABC Fruit Juice, Nutritionals, Coffe & Tea

Keunggulan utama produk:

- Dibuat dari bahan alami dalam kemasan higienis
- Tanpa bahan pengawet, zat pewarna, atau pemanis buatan
- Rasa yang lebih disukai (berdasarkan riset)
- Desain yang menarik dan tampak seperti produk import

10. Sardines ABC & Mackerel ABC

Keunggulan utama produk:

- Produk keluaran PT Heinz ABC Indonesia yang sudah terbukti sebagai penghasil makanan berkualitas
- Dari ikan sarden dan ikan mackerel segar pilihan yang bermutu tinggi
- Praktis dalam penyajiannya
- Rasa saus yang lezat dan sesuai dengan selera Indonesia (terbukti lebih disukai konsumen dibanding merek lain dalam panel riset R&D)

- Kandungan gizi yang tinggi dalam produk
- Diproses dengan teknologi tinggi yang menjamin kebersihan, kualitas, dan stabilitas rasa
- Harga yang terjangkau

11. Biskuit Bayi Farley's

Keunggulan utama produk:

- Produk keluaran PT Heinz ABC Indonesia yang sudah terbukti sebagai penghasil makanan berkualitas
- Farley adalah produk makanan tambahan bayi pertama di dunia dengan reputasi merek internasional
- Formulanya dibuat dan dikembangkan oleh ahli-ahli dengan reputasi internasional, dengan bahan-bahan berkualitas tinggi, serta diproses secara modern dan higienis
- Mempunyai kandungan gizi yang tinggi dan seimbang serta diperkaya dengan kalsium dan zat besi untuk membantu meningkatkan pertumbuhan bayi
- Mempunyai kandungan DHA untuk membantu perkembangan otak dan FOS untuk membantu fungsi pencernaan yang baik
- Tanpa tambahan bahan pengawet
- Tekstur biskuitnya lembut, mudah larut, dan mudah dicerna

Untuk menjalankan fungsi dari Divisi Distribusi dan Penjualan agar terpenuhi target penjualan dan target distribusi, ada tugas-tugas yang harus dijalankan oleh personil di Divisi Distribusi dan Penjualan ini, yaitu:

a. Deskripsi pekerjaan Supervisor

1. *Planning*. Membuat perencanaan kerja jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.
2. *Directing*. Menyiapkan orang-orang untuk melaksanakan perencanaan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini ada pembagian tugas (membagi beban pekerjaan) untuk setiap tenaga penjual.
3. *Controlling*. Memastikan apakah tugas yang didelegasikan telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Fungsi kontrol ini adalah untuk memastikan rencana berhasil, dan kendala yang muncul dapat dengan cepat diketahui.
4. *Motivator*. Memotivasi tenaga penjual untuk selalu dapat memenuhi target penjualan dan distribusi.
5. *Trainer*. Memberikan pelatihan yang dibutuhkan bagi karyawan/ tenaga penjual untuk meningkatkan performa kerja.

b. Deskripsi pekerjaan tenaga penjual (*salesman*)

I. Tugas Pokok

1. Mencapai target penjualan
2. Mencapai target distribusi
3. Melakukan merchandising
4. Mencari langganan-langganan baru
5. Melakukan kunjungan sesuai *sales coverage plan/rute*

II. Tugas Harian

1. mengambil dan menata produk dengan benar
2. Membuat rencana kunjungan

3. Membuat laporan hasil penjualan
4. Menyetor uang penjualan ke Sales Koordinator
5. Mengembalikan produk yang tidak terjual
6. Membuat laporan kegiatan-kegiatan saingan
7. Membuat rencana kunjungan untuk keesokan harinya
8. Mengadakan *meeting* dengan *Sales Coordinator / Sales Supervisor* mengenai:
 - a. Hasil penjualan dan distribusi
 - b. Problem-problem yang dihadapi
 - c. Koreksi rencana pencapaian penjualan dan distribusi

III. Tugas di Toko/ Outlet/ Retailer

1. Merapikan pajangan
2. Memperbaiki pajangan
3. Memajang POS material
4. Meminta order
5. Membuat order
6. Mengisi kartu pelanggan
7. Melaporkan kegiatan saingan
8. Melakukan tagihan (bila ada)
9. Mencari langganan baru di area sekitar *coverage*

Tipe-tipe outlet:

- *Outlet/ Retailer 1* = Pengecer 1

Adalah *outlet* yang pada penjualannya sebagian kepada konsumen, serta jumlah produk yang dijual antara 100 sampai dengan 150 merek produk.

Letaknya biasanya di jalan raya atau di komplek perumahan.

- *Outlet/ Retailer 2* = Pengecer 2

Adalah *outlet* yang pada penjualannya langsung kepada konsumen, serta jumlah produk yang disediakan antara 50 sampai 100 merek produk. Letaknya di pinggir jalan kelas 2 atau kelas 3.

- *Outlet/ retailer 3* = Pengecer 3

Adalah *outlet* yang pada penjualannya langsung kepada konsumen, serta jumlah produk yang disediakan antara 15 sampai 50 merek produk. Letaknya biasanya di pinggir jalan raya kelas 2 atau kelas 3 (biasanya berbentuk rombong rokok).

