

Strategi distribusi penjualan produk baja lembaran canai panas melalui distributor menghadapi era deregulasi dan globalisasi suatu telaah pada PT. Krakatau Steel

Pudjiastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451857&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya akhir ini membahas mengenai bidang strategi saluran distribusi dengan mengacu pada strategi pemasaran dan bauran pemasaran suatu perusahaan dalam suatu lingkungan usaha. Sebagai fokus penelitian, diambil kasus PT Krakatau Steel khusus mengenai saluran distribusi produk baja lembaran canai panas (BLCP). Dengan dikeluarkannya paket-paket deregulasi produk baja khususnya produk PT Krakatau Steel maka terlihat adanya penurunan kinerja distributor dilihat dan pangsa pasar terhadap kebutuhan nasional dan periurutan sumbangan distributor ke segmen Pipa dan Tabung serta Konstruksi dan Pabrikasi. Sementara itu pihak pemasaran PT Krakatau Steel dituntut untuk memperlahankan pangsa pasar pada tingkat 70% dengan laba maksimal, dalam situasi persaingan pasar global dengan teknologi yang berkembang dengan cepat. Perangkat analisis yang dipergunakan dalam pembahasan masalah strategi saluran distribusi PT Krakatau Steel ini adalah analisis peluang pasar, kekuatan bisnis perusahaan analisa portofolio.

Dari analisis ini ditentukan strategi korporasi, strategi pemasaran dan strategi bauran pemasaran, sehingga dapat diketahui strategi pemasaran masing-masing segmen dan strategi distribusinya. Dari saluran distribusi yang ada diadakan penilaian secara subyektif dan obyektif terhadap saluran distribusi yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa posisi distributor meskipun nilai penilaian obyektif cukup banyak tetapi nilai penilaian subyektif kurang, sehingga saluran distribusi melalui distributor ini dapat ditinggalkan atau perlu diadakan pengawasan yang ketat terhadap kinerja distributor dalam hal penanganan kualitas, pengiriman maupun harga. Selain itu dapat diusulkan tipe perantara yang lain seperti agen atau kantor perwakilan. Agen kantor perwakilan dapat melakukan fungsi pemasaran sehingga dapat melakukan strategi penetrasi pasar maupun pengembangan secara efektif dan efisien.