

Kebijakan Distribusi untuk Meningkatkan Penjualan pada PT. Dynaplast

Acquinas Reza Aguswidjaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90855&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam situasi perekonomian yang dilanda krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti sekarang ini, hampir semua sektor perekonomian terkena dampaknya. Tidak terkecuali terjadi pada sektor industri plastik dan salah satu bagian dari industri ini adalah PT. Dynaplast. Dengan modal awal 300 milyar rupiah di tahun 1959, perusahaan melakukan perkembangan dan berekspansi hingga kini mengoperasikan 6 buah pabrik termasuk di daerah Semanan, Cikarang, Bitung, serta di Surabaya dengan nama PT. Rexplast. Adapun jenis produk yang dihasilkan adalah komponen plastik untuk industri motor, baterai, elektronik, alat-alat rumah tangga, krat plastik untuk industri minuman, kemasan plastik untuk barang-barang konsumen, oli pelumas, kimia serta lembaran plastik untuk industri makanan dan minuman.

Pada masa krisis seperti sekarang ini, perusahaan masih dapat mencetak keuntungan dan mencapai pertumbuhan yang cukup baik, hal itu disebabkan karena faktor loyalitas konsumen, disamping adanya peningkatan mutu produk, distribusi yang lebih tepat waktu serta kualitas produk yang lebih memuaskan karena proses quality control yang baik. Tidakkah salah apabila PT. Dynaplast mendapatkan ISO 9002 dan merupakan perusahaan plastik pertama yang mendapatkan penilaian tersebut.

Namun, meskipun perusahaan masih mampu mencetak keuntungan di tengah situasi perekonomian yang serba sulit, perusahaan juga terkena dampak dari krisis ekonomi tersebut, misalnya terjadi penurunan pemesanan barang, penurunan keuntungan, sehingga perusahaan terpaksa mengambil kebijakan seperti pengurangan buruh / tenaga kerja, memotong gaji karyawan, pemberlakuan sistem 3 hari kerja dalam satu minggu bagi para

penilaian kenanya setiap 3 bulan sekali, dengan jumlah total karyawan sebanyak 2500 orang. Untuk mengatasi masalah seperti hal diatas pada masa krisis seperti sekarang ini, perusahaan perlu melakukan beberapa langkah evaluasi kembali strategi pemasarannya, dalam hal ini Bauran Pemasaran yang meliputi Harga, Produk, Promosi, Saluran Distribusi (selektif terhadap agen / distributor) dan pelayanan kepada pelanggan (customer service oriented).

Dalam menetapkan strategi produknya, perusahaan perlu adanya product innovative (inovasi produk), kualitas produk yang lebih baik (tidak mudah bocor / pecah), serta kualitas printing pada permukaan botol yang lebih baik, dengan proses quality control 3 tahap. Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan menarik minat konsumen baru. Dalam hal penetapan harga, perusahaan perlu mengambil kebijakan untuk menetapkan harga yang bersaing dengan profit margin lebih kecil dari pesaing, karena dari sisi harga, produk yang dihasilkan perusahaan dirasakan lebih mahal daripada perusahaan pesaing. Oleh karena itu perusahaan perlu menerapkan kebijakan pembayaran yang lebih fleksibel seperti termin / jangka waktu pembayaran yang lebih panjang. Kebijakan lain seperti pemberian diskon yang lebih besar sebagai insentif kepada agen / distributor dirasakan perlu

mengingat agen / distributor merupakan pelanggan tetap perusahaan.

Dalam hal menentukan bentuk saluran distribusi yang paling baik digunakan adalah bentuk distribusi langsung, disini perusahaan telah mengambil strategi yang tepat. Disini perusahaan perlu menjalin kerjasama yang baik dengan armada transportasi untuk mengatasi masalah-masalah yang ada seperti keterlambatan pengiriman, jumlah pengiriman yang tidak

konsisten, kurangnya armada pengangkutan, serta prosedur bea cukai yang berbelit-belit sehingga mengakibatkan kurang puasnya pelanggan atas servis yang diberikan.

Untuk proses penjualan, perusahaan harus mendayagunakan tenaga sales yang dimilikinya dengan dibantu oleh tenaga administrasi yang fungsinya sebagai pendukung sales (marketing support). Namun adakalanya proses distribusi tersebut mengalami hambatan seperti terlambatnya fungsi pemesanan barang. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu adanya sistem distribusi yang baik yang didukung oleh sistem komputerisasi. Dengan bantuan teknologi informasi, perusahaan dapat mengoptimalkan dan mengefisienkan sistem persediaan dan penyimpanan barang sehingga sistem lalu lintas / distribusi barang dapat sampai ke tangan konsumen dengan tepat dan mudah dilacak historikalnya.