

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Rurry Richard, 2001. Analisis Kinerja Saluran Distribusi PT Coca-Cola Amatil Indonesia Unit Jakarta (Kajian Efektivitas dan Efisiensi). Dibawah bimbingan Agus Maulana dan Rachmat Pambudy.

PT Coca-Cola Amatil Indonesia dikenal sebagai perusahaan independen yang fokus dalam bidang distribusi yang menjamin kesinambungan ketersediaan produk-produk PT Coca-Cola Indonesia di setiap wilayah pemasaran, melalui saluran distribusi yang komitmen dengan sasaran, karakteristik, nilai, serta prinsip yang seragam dengan PT Coca-Cola Indonesia. Sasaran PT Coca-Cola Amatil Indonesia terfokus kepada peningkatan investasi yang ditanamkan oleh semua pihak yang berkepentingan dalam PT Coca-Cola Amatil Indonesia. Hal ini dilakukan melalui peningkatan pertumbuhan penjualan dengan menumbuhkan pasar minuman ringan secara keseluruhan dan meningkatkan bagian pasar serta mengembangkan wilayah *franchise Coca-Cola* yang baru.

Peningkatan bagian pasar melalui pengembangan inventori kepada segmen pasar menyebabkan peningkatan biaya, terutama pada bagian distribusi. Selain itu dalam mengantisipasi perubahan-perubahan dimasa yang akan datang akibat pergeseran pola belanja konsumen maka perlu dilakukan analisis kinerja saluran distribusi PT Coca-Cola Amatil Indonesia sampai sejauh mana efektifitas dan efisiensi saluran distribusi yang dipergunakan perusahaan selama ini melalui analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Efektif maksudnya apakah saluran distribusi telah memberikan hasil yang optimal terhadap perkembangan penjualan sedangkan evaluasi efisiensi ditujukan kepada biaya distribusi yang dikeluarkan.

Analisis kualitatif menggunakan identifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing saluran terhadap frekwensi *Delay Payment*, frekwensi/jumlah klaim, frekwensi menjual/memasarkan. Sedangkan analisis kuantitatif bertujuan menilai kinerja setiap saluran distribusi dengan melalui analisis DEA, analisis *Margin Distribution* dan analisis korelasi dan regresi.

Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa (1) Masing-masing *Trade Channel* tidak pernah melakukan *Delay Payment* dan tidak memiliki klaim selama tahun 2000, sedangkan dalam analisa DEA didapatkan: (2) *Trade channel* yang memiliki keefisienan yang tinggi adalah *Trade Channel At Work*, *Trade Channel Transport*, *Trade Channel Modern Foodservice*, *Trade Channel Entertainment Recreation* dan *Trade Channel Modern Foodstore* (3) *trade channel* yang memiliki kontribusi penjualan yang paling tinggi dengan efisiensi yang rendah adalah *traditional restaurant* dan *trade channel wholesaler* (4) *Trade Channel Other*, *Trade Channel Street Vendor*, *Trade Channel Education* dan *Trade Channel Provision Store* memiliki efisiensi dan memberikan kontribusi penjualan yang masih rendah (5) seluruh *trade channel* tidak pernah melakukan *delay payment* dan melakukan klaim.

Berdasarkan hasil evaluasi maka alternatif pengembangan saluran distribusi yang disarankan adalah (1) dalam pengembangan masing-masing saluran distribusi perlu diperhatikan integritas antara perusahaan dengan *customer* dan komitmen perusahaan dalam pelayanan terhadap *costumer* (2) pengembangan *trade channel modern foodstore* sebaiknya hanya menambah unit segmen dalam jalur pengiriman yang telah ada (3) pengembangan *trade channel provision store* melalui pengawasan persediaan dengan kunjungan periodik (4) pengembangan *trade channel modern food service* difokuskan pada



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



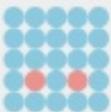
MB-IPB  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

*trade channel modern food service* difokuskan pada pengoptimalan inovasi teknologi yang telah ada (5) pengembangan *trade channel street vendor* difokuskan dalam pengendalian logistik dan koordinasi antara perusahaan dengan customer (6) pengembangan *trade channel traditional restaurant* difokuskan dalam peningkatan efisiensi melalui peninjauan kembali kunjungan periodik dan pengerahan armada (7) pengembangan *trade channel entertainment recreation & leisure, trade channel education* difokuskan pada informasi konsumen dan perubahan lingkungan (8) pengembangan *trade channel transport* dan *trade channel at work* difokuskan pada peningkatan jumlah unit segmen melalui kemudahan melakukan transaksi, peningkatan pelayanan pesanan pemberian fasilitas distribusi seperti *ice desk* (9) pengembangan *trade channel other* dan *trade channel wholesaler* difokuskan pada pengawasan atas persediaan dan permintaan melalui kunjungan periodik.



© Hak Cipta Milik IPB  
Hak cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.