

ABSTRAK

MARDIANA, "Peranan Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Pada PT Gillette Indonesia" (dibawah bimbingan Drs. Adlyn Komaruddin, MM., Drs. Andreas Sarjono, MM., dan Drs. Junaidi, ME.)

PT Gillette Indonesia merupakan perusahaan distribusi alat cukur merek Gillette. Dalam menjalankan kegiatan pendistribusian produk ke konsumen, perusahaan menggunakan sistem distribusi dengan perantara pedagang besar dan pengecer, yaitu :

Produsen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen.

Sistem distribusi yang dilaksanakan perusahaan selama ini memang telah meningkatkan volume penjualan, hal ini terlihat pada pencapaian target setiap tahun terus meningkat. Dan telah banyak pelanggan yang dilayani oleh perusahaan, berdasarkan hasil penelitian jumlah pelanggan perusahaan sampai tahun 2001 adalah 11.379 pelanggan, dengan ratio biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan cukup besar jika dibandingkan dengan volume penjualan yang dicapai perusahaan yaitu sebesar 1,39%, sedangkan standar ratio biaya yang ditetapkan perusahaan adalah sebesar $\leq 1\%$.

Peningkatan ratio biaya perusahaan ini diakibatkan banyaknya pelanggan yang harus dikunjungi salesman padahal tidak semua pelanggan yang dikunjungi mengadakan transaksi/membeli, sebagian besar pelanggan juga membeli produk Gillette di grosir.

Untuk itu perusahaan harus meninjau kembali sistem distribusi yang telah dilaksanakan selama ini, dengan menunjuk agen-agen tertentu untuk mendistribusikan produk, dan perusahaan cukup memonitor kegiatan agen-agen yang ditunjuk saja.