

ABSTRAKSI

LISNAWATY. Tinjauan Kebijakan Pendistribusian Minyak Goreng Barco pada PT. Yunikar Jaya Sakti Palembang. (Di bawah bimbingan Bapak Drs. Amiruddin, MM, MBA dan Ibu Agatha Septianna Sri Ratna Sari, SE).

Kemajuan teknologi dalam bidang produksi khususnya sektor industri, konsumsi, transportasi dan distribusi telah mendorong perubahan yang cepat dalam perekonomian sehingga menyebabkan perusahaan harus mampu mengadaptasikan operasionalnya.

Melihat kenyataan tersebut, maka produsen mendapatkan tantangan persaingan dalam melakukan aktivitas pemasaran produk yang dihasilkan diantaranya bagaimana cara menemukan saluran distribusi yang efektif agar memperoleh laba yang memadai dan dapat menimbulkan kepuasan konsumen.

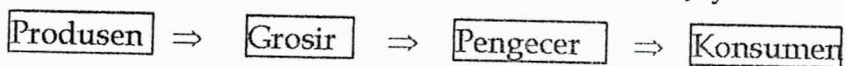
Sudah merupakan hal yang lazim, bahwa dalam mencapai tujuan perusahaan sering mengalami hambatan dan gangguan untuk mencapai apa yang telah digariskan oleh perusahaan.

Begitu juga dengan PT. Yunikar Jaya Sakti dalam mencapai tujuan yang telah digariskan, penulis melihat ada beberapa masalah yang dihadapi oleh PT. Yunikar Jaya Sakti dalam menjalankan kegiatannya, antara lain :

1. Pendistribusian minyak goreng Barco oleh PT. Yunikar Jaya Sakti belum merata perkembangannya dari grosir, supermarket dan retailer.
2. Peran promosi dalam pendistribusian produk belum digunakan secara tepat.

Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang penting dalam rangka memperlancar arus barang / jasa dari produsen ke konsumen akhir.

Saluran distribusi yang digunakan PT. Yunikar Jaya Sakti adalah :



Dari uraian tersebut ternyata PT. Yunikar Jaya Sakti lebih mengutamakan penyaluran distribusinya ke grosir. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan penjualan dari triwulan ke triwulan. Untuk itu penulis menyarankan agar pendistribusian yang sudah pernah dilaksanakan PT. Yunikar Jaya Sakti ditinjau kembali dengan cara menambah tenaga penjual / salesman agar produk dapat tersedia pada saat yang dibutuhkan. Untuk meningkatkan pendistribusian yang lebih baik, PT. Yunikar Jaya Sakti juga perlu mencari informasi tentang keadaan pasar yang ada serta tidak hanya mengadakan kerja sama dengan para pedagang besar tetapi juga kepada pengecer, karena hal itu dapat menguntungkan PT. Yunikar Jaya Sakti.

Selanjutnya dalam usaha untuk meningkatkan penjualannya, PT. Yunikar Jaya Sakti perlu menyelenggarakan promosi dalam bentuk iklan di TV seperti halnya produk minyak goreng yang lain (Bimoli, Filma, Sunrise, dan Kunci Mas). Hal ini dilakukan dengan tujuan produk minyak goreng Barco dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis dan dikenal oleh konsumen.

Promosi tersebut dilakukan agar produk yang telah diproduksi dapat lebih meningkatkan keuntungan perusahaan karena produk tersebut telah dikenal oleh konsumen dan tersedia dalam waktu yang tepat.