

Mendistribusikan Produk - 13

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari saluran distribusi langsung
2. Mengidentifikasi faktor yang menentukan saluran distribusi yang optimal
3. Membedakan berbagai jenis dari cakupan pasar
4. Menjelaskan bagaimana cara mempercepat proses distribusi

Tujuan Belajar Pertemuan ini (lanjutan)

5. Menjelaskan bagaimana para peritel melayani pelanggannya.
6. Menjelaskan bagaimana para grosir melayani pabrikan-pabrikan dan para peritel.
7. Menjelaskan strategi dan manfaat integrasi saluran vertikal.

Mendistribusikan Produk



Saluran Distribusi

1. Tentukan bagaimana produk perusahaan akan dapat diakses oleh pelanggan (Kenyamanan tempat)
2. Saluran Langsung
 - a. Memungkinkan kontrol penuh atas harga
 - b. Menjadi pihak pertama umpan balik pelanggan lebih banyak karyawan
3. Menimbulkan biaya lebih untuk mempromosikan produk mungkin memerlukan penjualan secara kredit

Saluran Distribusi

1. Distribusi Satu Tingkat

Terdapat satu perantara antara produsen dan konsumen

- a. para pedagang
- b. para agen

2. Distribusi dua tingkat

a. Terdapat dua perantara pemasaran produsen dan konsumen

b. Usaha bisnis kecil biasa menggunakan agen-agen untuk meningkatkan penjualannya kepada para pengecer

Mengoptimalkan Saluran Distribusi

Tergantung dari karakteristik Produk

1. Kemudahan Transportasi

- Jika sebuah produk dapat dengan mudah ditransportasikan, saluran distribusi kemungkinan besar melibatkan pihak perantara
- Jika sebuah produk tidak dapat ditransportasikan, produsen berupaya untuk menjual secara langsung.

2. Tingkat Standardisasi

- Produk yang terstandarisasi memiliki kemungkinan lebih besar melibatkan perantara

Memilih Tingkatan Cakupan Pasar

1. Distribusi Intensif

- Agar mencapai cakupan pasar ke seluruh pelanggan

2. Distribusi Selektif

- Digunakan mendistribusikan produk melalui gerai-gerai tertentu

3. Distribusi Eksklusif

- Hanya menggunakan satu atau sedikit gerai untuk mendistribusikan produk

Memilih Transportasi untuk Distribusi Produk

Pemilihan transportasi yang tidak efisien akan mengakibatkan biaya yang lebih tinggi

- Penting sekali memilih modal transportasi yang sesuai
- Perusahaan sebaiknya mengestimasi waktu, biaya dan ketersediaan pada saat memilih moda transportasi (Truk, kereta api, udara, air, saluran pipa)

Keputusan Lainnya Terkait Transportasi

1. Menentukan cara yang tepat untuk memuat produk
2. Menentukan rute terbaik dalam mendistribusikan produk
3. Menentukan transportasi dalam menentukan modal transport
4. Memutuskan apakah semua produk dapat dikirim pada saat yang bersamaan atau tidak
5. Mengestimasikan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk moda transportasi dan pilih yang paling efisien

Mempercepat Proses Distribusi

Penting bagi pelanggan untuk menerima produk tepat pada waktunya

1. Lambatnya pengiriman mengakibatkan pindahnya pelanggan ke pesaing
2. Mengurangi lamanya waktu untuk mendistribusikan barang dapat meningkatkan nilai perusahaan
 - > Perusahaan lebih awal menerima pembayaran sehingga dapat mengalokasikan dananya sesuai kebutuhannya

Metode Percepatan Distribusi

1. Merampingkan Saluran Distribusi

- a. Mengurangi jumlah gudang penyimpanan
- b. Mendistribusikan langsung ke konsumen

2. Mengintegrasikan proses produksi dan distribusi

- a. Mempertahankan jumlah distribusi barang yang dibutuhkan agar tidak kekurangan
- b. Menggunakan proses E-marketing untuk proses pemesanan dan mengawasi jumlah persediaan

Peritel

Berjasa sebagai pihak yang mendistribusikan produk langsung kepada pelanggan

1. Jumlah gerai
2. Kualitas pelayanan
3. Keragaman produk yang ditawarkan
4. Toko versus bukan toko

Grosir

1. Lembaga perantara yang membeli produk dari pabrikan dan menjualnya kepada para peritel
2. Melayani pabrikan dengan:
 - a. Pergudangan
 - b. Ahli pemasaran
 - c. Menyampaikan kepada para peritel
 - d. Memperhitungkan resiko kredit yang mungkin timbul
 - e. Memberikan informasi

Grosir

3. Melayani peritel dengan:

- a. Pergudangan
- b. Promosi
- c. Membuat pemajangan produk
- d. Menawarkan produk secara kredit
- e. Informasi

Integrasi Saluran Vertikal

Dua atau lebih tingkatan saluran distribusi yang diatur oleh sebuah perusahaan

1. Pihak pabrikan yang akan memutuskan apakah menggunakan saluran distribusi/ tidak produknya
2. Peritel memutuskan memproduksi sendiri produknya atau membeli produk dari pabrikan
3. Harus mempertimbangkan untung dan ruginya sebelum memutuskan integrasi saluran vertikal