

ABSTRAK

Dengan menetapkan produk, harga, dan promosi kegiatan pemasaran belum selesai masih harus dipikirkan bagaimana cara untuk menyampaikan kepada konsumen/pembeli sesuai dengan keinginan konsumen/pembeli. Banyak perusahaan yang sering kurang memperhatikan/mengelola saluran distribusinya dengan baik. Padahal biaya saluran distribusi dapat menjadi bagian besar dari biaya pemasaran seluruhnya. Perlu diketahui juga bahwa kegiatan saluran distribusi adalah kegiatan produktif yaitu mampu menciptakan kepuasan konsumen (khususnya pada faedah tempat, faedah waktu, dan faedah pemilikan).

Untuk menciptakan kepuasan konsumen (khususnya yang berhubungan dengan saluran distribusi) diperlukan penerapan manajemen saluran distribusi yang baik. Bagaimana penerapan manajemen saluran distribusi pada P.T. Jogatama Bhakti Mulia Yogyakarta ? Apakah perantara yang digunakan cukup membantu kelancaran saluran distribusinya ? Apakah P.T. Jogatama Bhakti Mulia menggunakan pertimbangan saluran distribusi dalam menentukan perantaranya ? Apakah P.T. Jogatama Bhakti Mulia melaksanakan saluran distribusi secara fisik ?

Dengan mengajukan beberapa permasalahan tersebut diatas dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen saluran distribusi pada P.T. Jogatama Bhakti Mulia sedangkan tujuan yang lebih terinci ialah : untuk mengetahui apakah perantara yang digunakan P.T. Jogatama membantu kelancaran saluran distribusinya, untuk mengetahui apakah dalam menentukan perantara P.T. Jogatama menggunakan pertimbangan saluran distribusi (pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, dan pertimbangan-perantara), serta untuk mengetahui apakah P.T. Jogatama - Bhakti Mulia melaksanakan kegiatan saluran distribusi secara fisik.

Jenis penelitian yang penulis tempuh untuk mengumpulkan data guna mencari jawab atas permasalahan tersebut di atas adalah studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan; wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Temuan lapangan yang sudah terkumpul dibuat tabulasi dan diprosentase, kemudian berdasarkan literatur dibuat penilaian untuk masing-masing kebijakan saluran distribusi yang diterapkan pada P.T. Jogatama Bhakti Mulia Yogyakarta.

Kegiatan saluran distribusi pada P.T. Jogatama Bhakti Mulia Yogyakarta menggunakan delapan penyalur sebagai perantara (penyalur) inilah yang kemudian meneruskan kegiatan saluran distribusi secara aktif. Dalam penyaluran barang (minyak tanah) P.T. Jogatama menggunakan lebih dari satu macam saluran distribusi (lihat pada gambar 8). P.T. Jogatama hanya menangani satu jenis barang yaitu minyak tanah, sedangkan jumlah minyak tanah yang disalurkan setiap harinya sebesar 85.000 liter. Jumlah ini sering tidak mencukupi jumlah permintaan. Untuk mengatasi hal tersebut di atas P.T. Jogatama mengambil kebijaksanaan tertentu yaitu pengambilan minyak tanah oleh penyalur berdasarkan kontrak dan satu hari sebelumnya harus memberitahu berapa jumlah minyak tanah yang akan diambil. Kebijaksanaan ini adalah hasil musyawarah/kesempatan P.T. Jogatama Bhakti Mulia Yogyakarta dengan penyalurannya.

Kegiatan saluran distribusi pada P.T. Jogatama hingga saat ini berjalan lancar (sudah dikelola sedemikian rupa sehingga dapat memuaskan konsumen). Namun begitu ada beberapa hal yang oleh P.T. Jogatama tidak/belum diusahakan karena dinilai tidak perlu seperti misalnya penyediaan fasilitas penyimpanan persediaan. Ada juga beberapa hal oleh P.T. Jogatama belum diusahakan secara penuh yaitu meningkatkan pelayanan kepada penyalur.