BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Coca-Cola pertama kali diperkenalkan pada tanggal 8 Mei 1886 oleh John Styth Pemberton, seorang ahli farmasi dari Atlanta, Georgia, Amerika Serikat. Dialah yang pertama kali mencampur sirup karamel yang kemudian dikenal sebagai **Coca-Cola.** Frank M. Robinson, sahabat sekaligus akuntan John, menyarankan nama **Coca-Cola** karena berpendapat bahwa dua huruf C akan tampak menonjol untuk periklanan. Kemudian, ia menciptakan nama dengan huruf-huruf miring mengalir, Spencer, dan lahirlah logo paling terkenal di dunia.

Dr. Pemberton menjual ciptaannya dengan harga 5 sen per gelas di apotiknya dan mempromosikan produknya dengan membagi ribuan kupon yang dapat ditukarkan untuk mencicipi satu minuman cuma-cuma. Pada tahun tersebut ia menghabiskan US$46 untuk biaya periklanan. Pada tahun 1892, Pemberton menjual hak cipta **Coca-Cola** ke Asa G. Chandler yang kemudian mendirikan perusahaan **Coca-Cola** pada 1892.

Chandler piawai dalam menciptakan perhatian konsumen dengan cara membuat berbagai macam benda-benda cinderamata berlogo **Coca-Cola**. Benda-benda tersebut kemudian dibagi-bagi di lokasi-lokasi penjualan penting yang berkesinambungan. Gaya periklanan yang inovatif, seperti desain warna-warni untuk bus, lampu gantung hias dari kaca, serta serangkaian cinderamata seperti

kipas, tanggalan dan jam dipakai untuk memasyarakatan nama Coca-Cola dan mendorong penjualan.

Upaya mengiklankan merek Coca-Cola ini pada mulanya tidak mendorong penggunaan kata Coke, bahkan konsumen dianjurkan untuk membeli **Coca-Cola** dengan kata-kata berikut: "Mintalah Coca-Cola sesuai namanya secara lengkap; nama sebutan hanya akan mendorong penggantian produk dengan kata lain". Tetapi konsumen tetap saja menghendaki Coke, dan akhirnya pada tahun 1941, perusahaan mengikuti selera popular pasar. Tahun itu juga, nama dagang Coke memperoleh pengakuan periklanan yang sama dengan Coca-Cola, dan pada tahun 1945, Coke resmi menjadi merek dagang terdaftar.

Coca-Cola hadir di Indonesia ini sekitar tahun 1927, ketika Netherland Indische Mineral Water Fabrieck (Pabrik Air Mineral Hindia Belanda) membotolka untuk pertama kalinya di Batavia (Jakarta). Produksi Coca-Cola lumpuh pada jaman penjajahan Jepang (1942-1945) tetapi tepat padasesudah kemerdekaan Republik Indonesia, pabrik tersebut beroperasi dibawah nama The Indonesia Bottles Ltd Nv (IBL) dengan status perusahaan nasional.

Pada tahun 1971 dengan pertambahan mitra usaha dan modal didirikannya pabrik pembotaolan madern pertama di Indonesia dengan nama baru PT. The Jaya Beverages Bottling Company. Tercatat sampai saat ini 11 pabrik Coca-Cola yang beroperasi di berbagai provinsi di Indonesia, berturut-turut berdasarkan tahun pendiriannya adalah Jakarta (1971), Medan (1973), Surabaya (1976), Semarang

(1976), Ujung pandang (1981), Bandung (1983), Padang (1985), Bali (1985), Manado (1985), Banjarmasin (1981), dan Lmpung (1995).

Coca-Cola *Amatil* pertama kali berinvestasi di Indonesia pada tahun 1992. Mitra usaha Coca-Cola saat ini merupakan pengusaha Indonesia yang juga adalah mitra usaha saat perusahaan ini memulai kegiatan usahanya di Indonesia. Produksi pertama Coca-Cola di Indonesia dimulai pada tahun 1932 di satu pabrik yang berlokasi di Jakarta. Produksi tahunan pada saat tersebut hanya sekitar 10.000 krat.

Saat itu perusahaan baru memperkerjakan 25 karyawan dan mengoperasikan tiga buah kendaraan truk distribusi. Sejak saat itu hingga tahun 1980-an, berdiri 11 perusahaan independen di seluruh Indonesia guna memproduksi dan mendistribusikan produk-produk The Coca-Cola Company. Pada awal tahun 1990-an, beberapa diantara perusahaan-perusahaan tersebut mulai bergabung menjadi satu.

Tepat pada tanggal 1 Januari 2000, sepuluh dari perusahaan-perusahaan tersebut bergabung dalam perusahaan-perusahaan yang kini dikenal sebagai Coca-Cola Bottling Indonesia. Saat ini, dengan jumlah karyawan sekitar 10.000 orang, jutaan krat produk kami didistribusikan dan dijual melalui lebih dari 400.000 gerai eceran yang tersebar di seluruh Indonesia.

Coca-cola adalah minuman ringan yang terkenal di dunia dan disukai oleh kaula muda dan orang tua. Coca cola merupakan minuman yang mempunyai

kadar soda yang paling sempurna. Minuman ini merupakan jenis minuman berkarbonasi yang mengandung air, gula, sari daun cola, cafeine dari kacang cola, caramel, asam posfor, vanilla, jus lemon, jeruk, minyak lemon, pala, kayu manis dan ketumbar. Minuman ringan ini dikonsumsi oleh semua lapisan masyarakat dari berbagai latar belakang pendidikan dan pekerjaan.

Kemudian pada tangga 1 July 2002 PT. Coca-Cola *Amatil* Bottling Indonesia berubah nama menjadi PT. Coca-Cola Bottling Indonesia dan PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia berubah nama menjadi PT. Coca-Cola Distribution Indonesia. Sedangkan untuk hal-hal yang bersifat penggabungan antara perusahaan pembotolan dan perusahaan distributor nama perusahaan yang dipergunakan adalah PT. Coca-Cola Bottling Indonesia. Perubahan nama ini diharapakan dapat membuat masyarakat Indonesia merasa lebih akrab dengan Coca-Cola.

2.1.1. Visi dan Misi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia Jawa Barat

A. Visi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia

Visi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia Jawa Barat adalah **“ *Menjadi perusahaan produsen minuman terbaik di Asia Tenggara.”***

PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia Jawa Barat adalah bagian dari keluarga besar Coca-Cola yang terdiri dari orang-orang yang dinamis, berdedikasi tinggi, selalu bekerja sama dan mampu memberikan produk dan layanan yang berkualitas tinggi kepada para pelanggan dan konsumen. Kami siap menjadikan Coca-Cola sebagai perusahaan minuman ringan yang paling maju diseluruh Indonesia

melalui efektifitas dan efisiensi dalam distribusi, pelaksanaan basis *salesmanship* yang konsisten, pengembangan pasar yang kreatif & inovatif, pelaksanaan program marketing yang tepat dan benar serta mampu menjadikan Jawa Barat sebagai penyumbang keuntungan yang selalu meningkat.

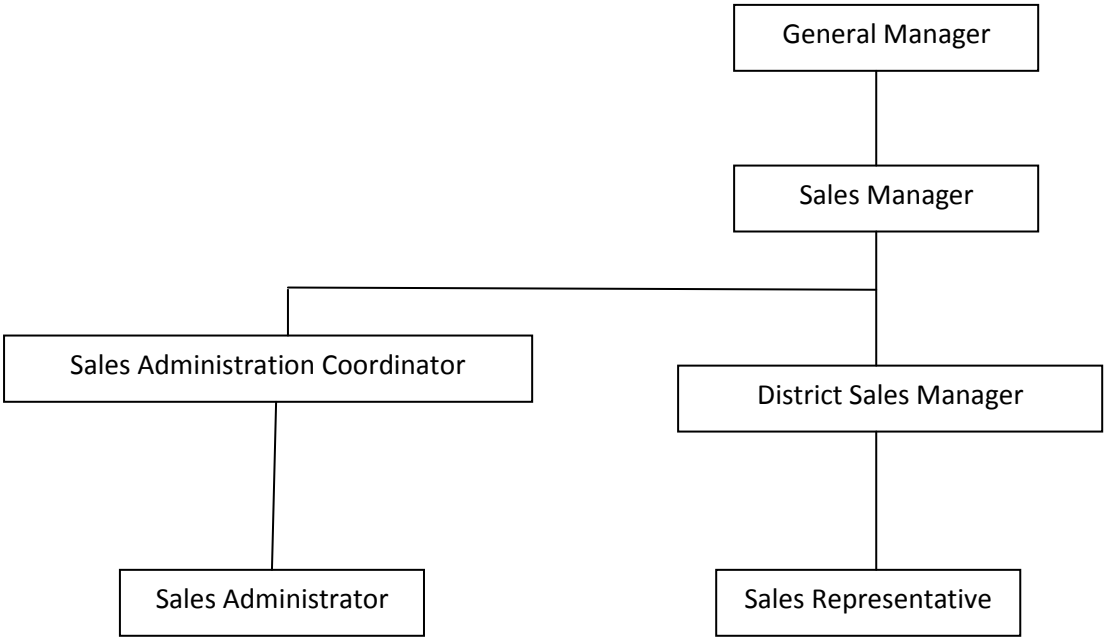
B. Misi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia

Misi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia Jawa Barat adalah ***"Memberikan kesegaran kepada pelanggan dan konsumen kiyta dengan rasa bangga dan semangat sepanjang hari, setiap hari."***

Di Coca-Cola Indonesia, kita bertekad untuk memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham dengan menjadi perusahaan yang tumbuh terdepan dalam pasar minuman. Kita sangat menghargai karyawan. Berbagai merek dari The Coca-Cola Company dan karyawan kita yang berdedikasi serta berdisiplin memberikan Coca-Cola suatu unggulan bersaing yang berkesinambungan. Kita mengembangkan kemitraan sejati dengan para pelanggan untuk memuaskan lebih dari 200 juta konsumen yang dahaga.

2.2. Struktur Organisasi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia

Di dalam menjalankan perusahaan ini tentulah didukung oleh seluruh karyawan yang menciptakan suatu tata kerja yang paling baik, teratur, dan rapi sebagai alat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dan digariskan oleh perusahaan sebelumnya. Salah satu cara untuk menciptakan suatu tata kerja yang baik, teratur, dan rapi adalah dengan menyusun struktur organisasi perusahaan sebagai hirarki dalam pemisahan tugas, tanggung jawab, dan wewenang yang jelas dan tegas pada setiap bagian yang ada dalam perusahaan.



Sumber: *Company Profile PT Coca-Cola Distribution Indonesia (CCA)* - Jawa Barat

Gambar 2.1: "Struktur Organisasi PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia."

2.3. Job Description

1. *General Manager*

a. Mempunyai kewajiban menentukan sasaran-sasaran usaha yang ingin dicapai perusahaan dalam periode kerja tertentu.
b. Menentukan rencana kerja dan anggaran pendapatan serta belanja perusahaan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.
c. Menentukan struktur organisasi perusahaan dan *job description* bagi setiap jenis jabatan.
d. Memimpin dan mengkordinir pekerjaan bagian-bagian lain yang ada dibawahnya.
e. Menandatangani keputusan peraturan dan syarat-syarat serta semua cek yang dikeluarkan.

2. *Sales Manager*

1. *Technical Competency*

- *Distribution* : Bertanggung jawab atas proses distribusi.

- *Project Management* : Bertanggung jawab terhadap progress dan proyek dalam manajemen.

- *Account Development* : Bertanggung jawab atas laporan atau Akun perkembangan Perusahaan.

- *Sales Management* : Bertanggung jawab atas aspek penjualan dan manajemen.

- Berwewenang dan bertanggung jawab atas *Merchandising*

-*Business Acumen* : Keahlian atau kecerdasan berbisnis

2. *Core Competency*

- *Orientation to Excellence* : Mengarahkan untuk keunggulan
- *Customer Orientation* : Mengarahkan pelanggan
- *Communication and Influencing* : Mampu berkomunikasi secara persuatif
- *Problem Solving* : Mampu mengatasi segala permasalahan
- *Collaboration* : Bekerja sama

3. *Leadership Competency*

- *Decision Making* : Pengambil Keputusan
- *Financial Acumen* : Ahli dalam keuangan
- *Developing others* : Pengembangan lainnya
- *Managing Performance* : Memanaje kinerja perusahaan
- *Planning and Executing* : Merancang konsep perencanaan dan membuat keputusan eksekusi.

3 . *District Sales Manager*

1. *Technical Competency*

- *Distribution* : Bertanggung jawab atas proses distribusi.
- *Account Development* : Bertanggung jawab atas perkembangan Akun Perusahaan.

- *Selling* : Bertanggung jawab atas aspek penjualan
- Berwewenang dan bertanggung jawab atas *Merchandising*
- *Business Acumen* : Ahli berbisnis

2. *Core Competency*

- *Orientation to Excellence* : Mengarahkan untuk unggul
- *Customer Orientation* : Mengarahkan pelanggan
- *Communication and Influencing* : Mampu berkomunikasi secara persuatif
- *Problem Solving* : Mampu mengatasi segala permasalahan
- *Collaboration* : Bekerja sama

3. *Leadership Competency*

- *Developing others* : Pengembangan lainnya
- *Managing Performance* : Memanaje kinerja perusahaan
- *Planning and Executing* : Merancang konsep perencanaan dan membuat keputusan eksekusi.

4. *Sales Representative*

1. *Technical Competency*

- *Distribution* : melakukan proses distribusi.
- *Account Development* : mengikuti perkembangan perusahaan.
- *Selling* : Menjual barang sebanyak-banyaknya
- Bertanggung jawab atas penjualan produk
- *Business Acumen* : Ahli dalam berbisnis

2. *Core Competency*

- *Orientation to Excellence* : Mengarahkan untuk keunggulan
- *Customer Orientation* : Mengarahkan pelanggan
- *Communication and Influencing* : Mampu berkomunikasi secara persuatif
- *Problem Solving* : Mampu mengatasi segala permasalahan
- *Collaboration* : Bekerja sama

3. *Leadership Competency*

- *Planning and Executing* : melaksanakan pengeksekusian atas dasar keputusan pemimpin perusahaan.

5. *Sales Administration*

- *Memonitoring CDE Request dan Pull out GDM admin*
- *Membuat OVP Request*
- *Menyediakan list verifikasi Hitlist OPD by DSM dan SR*
- *Report Estimasi sales by DSM to SM*
- *Report Actual PO by DSM to SM*
- *Memonitor Kredit yang berjalan (ATB new Update)*
- *Uplod RED survey tiap hari sabtu dan sekalian report by SR, by SO nya*
- *Menyediakan RSL RED Survey by DSM dan SR*
- *Menerima dan mengalokasikan POSM ke DSM dan SR*
- *Menyediakan RSL update direct & indirect by DSM dan SR*
- *Mempersiapkan Agrement program Marketing*
- *Menyediakan list outlet yg tidak ada phone number by DSM dan SR*
- *Menyediakan list outlet Unploting by SR*
- *Input data BARCODE by SR*
- *Update Dashboard User*
- *Menyediakan Agrement permohonan fasilitas kredit*
- *Data Motor Cyrcle & Vehicle Claim- SR / DSM*
- *Memonitor Up Date Program*
- *Data entry OPD GDM hit list ke AS 400 By SR*

2.4. Aspek Kegiatan Perusahaan

Di PT. Coca-Cola *Amatil* Indonesia, **Customer Service Improvement (CSI)**, sistem pelayanan dan penjualan pelanggan didesain untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen secara terus-menerus terhadap produk-produk Coca-Cola dengan menyediakan pelayanan yang optimal kepada seluruh pelanggan berdasarkan kebutuhan mereka masing-masing.

Tujuannya adalah menciptakan outlet ideal di seluruh Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, CSI merencanakan dengan matang dan meninjau-ulang seluruh aspek dan peluang penjualan yang tersedia bagi setiap pelanggan. Kemudian menawarkan langkah-langkah korektif bagi para pelanggan dan secara bersama-sama menerapkan program-program perbaikan yang sesuai dengan standar perusahaan.

Agar program CSI berjalan dengan efektif, CSI memiliki Tim khusus di National Office yang melakukan perencanaan dan memberikan pelayanan di bidang penjualan dan pemasaran kepada seluruh para pelanggan. Tim tersebut memberikan pelayanan yang menyeluruh, mulai dari perencanaan rute distribusi hingga sistem pelayanan pelanggan yang lebih komprehensif, apakah secara langsung melalui Tim sales force kami ataukah melalui pihak ketiga yang bermitra yang sebut dengan Area Marketing Contractors Atau disebut sebagai MTP (Managed Third Party) .

Pelanggan-pelanggan mendapatkan keuntungan layanan secara teratur, merchandising, peralatan *point-of-purchase*, program khusus yang inovatif dan kebanggaan memberikan pelayanan merek terbaik di dunia. Dalam Kegiatannya, PT. Coca-cola Amatil Indonesia menerapkan dua system yaitu GM, atau General Modern, dimana implementasi dari General Modern ini adalah melakukan Penjualan dalam jumlah besar melalui tempat-tempat penjualan yang besar, contohnya hypermart dan lain-lain. Kemudian yang kedua adalah GT, atau disebut sistem General Tradisional dimana implementasinya adalah mengunjungi outlet-outlet serta anak-anak outlet sampai ke pelosok-pelosok untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh tim route riding dengan menggunakan sepeda motor. Dalam sistem GT (General Traditional) konsepnya adalah *Indirect Distribution* (distribusi secara tidak langsung) dimana saluran pemasarannya tidak langsung ke pengguna akhir, melainkan melalui suatu pihak ke-3 yang disebut MTP (Managed Third Party). Anggota-anggota yang menjadi tim dari route riding adalah *SR (Sales Representative)*, spesifikasi pekerjaan mereka adalah melakukan order secara rutin setiap hari ke MTP, dan outlet dan anak-anak outlet di wilayah yang telah menjadi pangsa pasar Coca-cola. Sedangkan untuk direct SR melakukan order langsung ke outlet. Diferensiasi indirect dan direct adalah terletak pada saluran distribusinya, juga terletak pada space stock produk yang di order. Kalau untuk indirect produk yang di pesan bisa dalam jumlah kecil, kalau untuk direct produk yang dipesan harus sesuai jumlah yang ditetapkan perusahaan. Para Tim SR diberi sebuah alat berbentuk seperti handphone yang dilengkapi oleh GPS, kemudian setiap SR diberi sejumlah

barcode untuk ditempel di setiap anak outlet, agar setiap outlet dapat dideteksi keberadaan serta identitasnya, sehingga mengurangi nilai loss yang mungkin dialami perusahaan.

Oleh karena itu tugas dan peran SR (*sales representative)* sangatlah penting. Mereka harus mampu menyumbangkan waktu dan kemampuan mereka setiap harinya, mereka tidak hanya dituntut untuk mampu menganalisis konsumen dan pelanggan saja, tetapi mereka juga harus mampu membaca dan menganalisis karakteristik setiap pasar yang menjadi target pasar mereka.

NAMA BILL TO	NAMA SIP TO	ALAMAT SIP TO
ADP ANTAPANI	TOKO ROY	GG H HASAN NO3 CICAHEUM
ADP ANTAPANI	IBU KOSASIH	KOMP VILA ASRI3 NO 171
ADP ANTAPANI	TOKO ANGGI JAYA	PADASUKA NO 44
ADP ANTAPANI	TOKO PIPIN	PASAR CICAHEUM LOS 30
ADP ANTAPANI	IBU HENI	PASAR CICAHEUM NO 6
ADP ANTAPANI	TOKO ZIDAN	SASAK BATU NO 89
ADP ANTAPANI	TOKO MES GONO	SIRNA GALIH NO14
ADP ANTAPANI	TK ANANG	SIRNA GALIH NO36
ADP ANTAPANI	TOKO HENDRO	TERMINAL CICAHEUM LOS 1
ADP ANTAPANI	ILYAS	TERMINAL CICAHEUM LOS11
ADP ANTAPANI	TOKO DEANDRA	TERMINAL CICAHEUM NO 18
ADP ANTAPANI	JAMU PSR CAHEUM	PSR CICAHEUM LOS 2
ADP ANTAPANI	BASO MANTEP	JL CILENGKRANG II NO 05
ADP ANTAPANI	TOKO 55	JL A YANI 905
ADP ANTAPANI	KIOS TAMBAL BAN	JL ANTAPANI NO 41
ADP ANTAPANI	RM MITRA BUNDA	JL ANTAPANI NO 42 A

ADP ANTAPANI	KANTIN STIKES	JL ANTAPANI SPG CLUSTER
ADP ANTAPANI	ANANG	JL ARCAMANIK
ADP ANTAPANI	TOKO OBET	JL BABAKAN SARI I NO 23 BDG
ADP ANTAPANI	TK EPUL	JL BUNI SARI NO 23 RT05/16
ADP ANTAPANI	ISO	JL BUNI SARI NO 283
ADP ANTAPANI	TOKO RIZKI	JL CIKADUT NO 1 01/01
ADP ANTAPANI	TK RIDHO	JL CIKADUT NO 15
ADP ANTAPANI	TOKO HIDAYAH	JL CIKADUT NO 4 01/01
ADP ANTAPANI	TOKO VIODA	JL CIKADUT NO 5 RT1/3
ADP ANTAPANI	IBU LILI	JL CIKADUT NO 50 RT2/3
ADP ANTAPANI	HERLAN	JL JATI HANDAP NO 10 RT 02/01
ADP ANTAPANI	MANDALA JAYA	JL JATI HANDAP NO 116
ADP ANTAPANI	TEDY FUTSAL	JL JATI HANDAP NO 280
ADP ANTAPANI	TOKO TORABA	JL SIMPANG SARI NO 4 RT01/11
ADP ANTAPANI	LEMBAGA PEMASYARAKATAN	JL SUKAMISKIN NO 114
ADP ANTAPANI	WARUNG AA	JL UTAMA DEPAN NO 17
ADP ANTAPANI	TOKO SAHABAT	JL.A YANI 901 DPN INDOGROSIR
ADP ANTAPANI	TK RUDY	PASAR CICAHEM
ADP ANTAPANI	TOKO NENI	PASAR CICAHEM
ADP ANTAPANI	TOKO HJ ACENG	PASAR CICAHEM LOS 4
ADP ANTAPANI	H TATANG	PASAR CICAHEM LOS 4
ADP ANTAPANI	TOKO ADE	TERMINAL CICAHEM NO 5
ADP ANTAPANI	RM SARI KURNIA	TERMINAL CICAHEUM KIOS 34
ADP ANTAPANI	RODIMAN	JL CINANGKA 110
ADP ANTAPANI	BAPAK EMAN	PASAR UJUNG BERUNG
ADP ANTAPANI	TWENTYS GAME CENTER	JL CIGENDING 82
ADP ANTAPANI	TOKO RISNA	JL CIGENDING NO 33 U BERUNG
ADP ANTAPANI	KANIA JAYA	JL CIGENDING NO 41

ADP ANTAPANI	AMC PASAR UJUNG BERUNG - HC	JL CIGENDING NO 8 RT01 01
ADP ANTAPANI	PADASUKA SPORT	JL CIGENDING NO 888
ADP ANTAPANI	TK 99 MAKMUR ABADI	JL CINANGKA 122
ADP ANTAPANI	KABAYAN 2	JL KAUM KALER
ADP ANTAPANI	RONY BAPAK	JL NAGREK UJUNG BERUNG
ADP ANTAPANI	TOKO TERA	JL NAGROG
ADP ANTAPANI	TK JAJANG	JL NAGROG 13 RT1 RW1
ADP ANTAPANI	AYAM ANUGRAH	JL NAGROG 38 UJUNG BERUNG
ADP ANTAPANI	PRODIGY NET	JL NAGROG 64 RT05/04 U BERUNG
ADP ANTAPANI	IIS	JL NAGROG KEL PESANGGRAHAN
ADP ANTAPANI	TATI	JL NAGROG NO 11C
ADP ANTAPANI	TOKO SUGIH	JL NAGROG NO 21
ADP ANTAPANI	HAMDAN	JL NAGROG NO 26
ADP ANTAPANI	TOKO SIDODADI	JL NAGROG NO 28
ADP ANTAPANI	NAGROG ASEP TFS	JL NAGROG NO 37
ADP ANTAPANI	DARMAN IBU	JL NAGROG PALEDANG
ADP ANTAPANI	ODY	JL NAGROG UJUNG BERUNG
ADP ANTAPANI	TOKO SINAR	JL NAGROK NO 5
ADP ANTAPANI	TEJA	JL PALEDANG
ADP ANTAPANI	PAK AGUS	JL PALEDANG 11 RT5 /6
ADP ANTAPANI	ENDANG BAPAK	JL PALEDANG NAGROG
ADP ANTAPANI	TOKO PEPEN	JL PALEDANG NAGROG
ADP ANTAPANI	DEDI	JL PALEDANG NAGROG

Tabel 2.1 : Sample anak-anak outlet dari MTP Antapani

Berikut ini adalah tabel harga-harga produk dari tim SR untuk outlet:

NO	PACKAGE TYPE	NEW GWP
		GT & MTP
1	Small CSD 6.5. oz RGB(193 ml)	36000
2	Small CSD 7 oz RGB(200 ml)	36000
3	Freshtea RGB Jasmine	33500
4	Freshtea RGB Green Tea	33500
5	Freshtea Fruit TWA	55000
6	Freshtea TBA Jasmine	61000
7	Freshtea TBA Green Tea	61000
8	Medium 10 oz CSD RGB (295 ml)	50000
9	Medium 10 oz Ultralight (295 ml)	50000
10	Medium Fanta Soda Water 10 oz (295 ml)	38000
11	330 Can X24 (Coke, Sprite, Fanta)	136000
12	330 Can 6X4 (Coke, Sprite, Fanta)	136000
13	330 Can 4X6 (Coke, Sprite, Fanta)	136000
14	250 Can X24 (Coke, Sprite, Fanta)	87000
15	250 Can X24 (Fanta Soda Water)	72500
16	250 Can 2x12 (Excl Soda Water)	93000
17	PET 1,5 L CSD	164000
18	PET 1 L CSD	99500
19	PET 500 ML CSD x24	139000

20	**PET 500 ML CSD 6 x4**	**160000**
21	**PET 425 ML CSD x24**	**109500**
22	**PET 425 ML CSD x12**	**55000**
23	**PET 350 ML CSD x24**	**111500**
24	**PET 250 ML CSD x24**	**87000**
25	**PET 250 ML CSD x12**	**43500**
26	**PET 350 ML Frestea My body**	**98000**
27	**PET 500 ML x24 Frestea**	**100500**
28	**PET 500 ML x24 Frestea No CLR**	**98000**
29	**PET 500 ML x24 frestea Fruit**	**100500**
30	**PET 500 ML x24 Powerade Iso New**	**76500**
31	**Ades 350 PET X24**	**40500**
32	**Ades 600 PET X24**	**43500**
33	**Ades 600 PET X12**	**22500**
34	**Ades 1.5 PET X12**	**43500**
35	**350 PET X24 Minute Maid Pulpy Orange**	**126000**
36	**350 PET X24 Minute Maid Pulpy Tropical**	**126000**
37	**350 PET X24 Minute Maid Pulpy O'Mango**	**126000**
38	**350 PET X12 Minute Maid (All Flavour)**	**63000**
39	**350 PET 6X4 Minute Maid (All Flavour)**	**126000**
40	**1.0 PET X24 Minute Maid Pulpy Orange**	**178500**
41	**1.0 PET X24 Minute Maid Pulpy Tropical**	**178500**

42	**1.0 PET X24 Minute Maid Pulpy O'Mango**	**178500**

Tabel 2.2 : Harga Produk Untuk Outlet

Para SR (*sales representative*) tidak saja menjual produk-produk kepada para pelanggan, tetapi mereka juga memberikan saran bagaimana sebaiknya mereka menjual produk-produk Coca-Cola. Supervisor penjualan produk Coca-Cola juga teratur mengunjungi para pelanggan dan memberikan bimbingan, serta menampung masukan yang disampaikan para pelanggan. Dalam implementasinya, perusahaan juga menyediakan alat pendingin berupa cooler kepada tiap outlet yang bersedia menerima rekomendasi dari perusahaan. Hal ini telah menjadi bukti bahwa perusahaan sangat professional dalam memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen.



Gambar 2.2: Pelayanan Pendingin Produk