BAB III

ANALISIS

1.1 Sistem Saluran Pemasaran PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Co, Tbk

Ada tiga jenis penjualan yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya, yaitu

1. Penjualan langsung (direct), yang dilaksanakan melalui perwakilan DKI, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Lampung, Palembang.
2. Penjualan tidak langsung (inderct), yang merupakan penjualan yang dilakukan langsung melalui agen/distributor terutama dipulau jawa. Penjualan ini juga berlaku penjualan produk susu kental manis.
3. Penjualan export, yang dilakukan berdasarkan order yang diterima dari luar Indonesia.

Yang dilaksanakan PT. Ultrajaya adalah :

1. Penjualan direct

   PT. Ultrajaya → Kantor Cabang → Penggecer → Konsumen

   Retailer akhir

2. Penjualan Indirect

   PT. Ultrajaya → Agen → Pengecer → Konsumen

   Luar Pulau Retailer Akhir

3. Penjualan Export

   PT. Ultrajaya → Agen → Konsumen

PT. Ultrajaya → Agen → Konsumen

3.2 Pelaksanaan Pemasaran Pada PT. Ultrajaya Milk Industy & Trading Co, Tbk

Ada 5 komponen atau lembaga yang melaksanakan pemasaran pada PT. Ultrajaya, yaitu:

1. PT. Ultrajaya (Head Office), sebagai produsen atau pabrikan yang menentukan semua kebijakan, tetapi tidak menerima pembelian langsung dari konsumen.
2. Kantor Cabang (Branch Office), merupakan kepanjanggan tangan dari PT. Ultarajaya, dimana setiap kantor cabang memiliki "pejabat" masing-masing seperti yang ada di kantor pusat.
    a. Kantor cabang melakukan pemesanan kepada kantor pusat.
    b. Kantor cabang memiliki gudang penyimpanan persediaan ter sendiri.
    c. Kantor pusat yang mempunyai kebijakan dalam menentukan harga atau memberikan diskon
    d. Kantor cabang memiliki konsumen tetap yang telah ditetapkan sebelumnya (langganan). Sedangkan public tidak dapat membeli langsung kepada kantor cabang.
    e. Kantor cabang memiliki Manajer pemasaran untuk setiap wilayah yang membenahi beberapa supervisor dan salesmen.
3 Agent (Agent), biasanya merupakan CV atau PT berbadan hokum, yang mengajukan diri untuk menjadi agen PT. Ultrajaya .
    3.1 agen penjualan ini terbagi atas dua wilayah, yakni wilayah barat (misalnya bali) dan wilayah timur (misalnya, Kalimantan, Irian)

3.2 PT. Ultrajaya terlebih dahulu melakukan studi kelayakan terhadap lembagayang mengajukan diri tersebut

3.3 Para agent PT. Ultrajaya harus membuat bank garansi yang dapat dicairkan sebagai jaminan.

3.4 Perjanjian yang di lakukan antara PT. Ultrajaya dan agen adalah dengan system kontrak, dimana perjanjian tersebut bersifat mengikat selama dua belah pihak masih mensetujui isi perjanjian.

3.5 Penjualan produk melalui agen dilakukan dengan system jual putus, pada agen tidak terdapat persediaan tetapi ada retur dan penggantian produk.

3.6 PT. Ultrajaya memberikan komisi kepada agent untuk tingkat penjualan tertentui.

4. Konsumen Penggecer (retailer), dibedakan menurut tipe bisnis seperti :

a.. Supermaket

b. Kantor (Office)

c. Toko-toko Kecil

d. Restaurant

e. Minimarket

f. Institusi

5. Konsumen terakhir, yang merupakan pembeli/ public

Prosedur pemesanan produk pada PT. Ultrajaya :

1. Salesman pada kantor cabang mencatat pesanan dari pelanggan
2. Daftar pesanan dari salesman kemudian di catat kedalam system computer untuk memesan produk pada kantor pusat.

3. Setelah terdaftar pesanan dari kantor cabang diterima, kantor pusat melakukan pemeriksaan persediaan yang terdapat di gudang.
4. jika produk yang dipesan tersedia, maka segara dilakukan penggiriman. Jika produk yang di pesan tidak tersedia, maka kantor pusat akan mengkonfirmasikan kepada kantor cabang.

3.3 Pelaporan Saluran Pemasaran pada PT. Ultrajaya Milk Industy & Trading Co, Tbk

Setiap kantor cabang memiliki beberapa Manajer untuk penjualan di wilayah tertentu yang telah ditetapkan. Manajer-manajer tersebut membawahi beberapa supervisor yang bertugas menggawsi kinerja para salesman. Misalnya, setiap kantor cabang memiliki manajer. Setiap manajer tersebut membawahi supervisor-supervisor untuk pemasaran pada konsumen dengan beberapa type bisnis tersebut:

1. Supervisor untuk pemasaran pada kelompok supermarket dan yang sejenisnya (supermarket, minimarket, restaurant)
2. Supervisor untuk pemasaran pada kelompok lembaga (kantor (office), instusi).
3. Supervisor untuk kanvasing (penjualan cash)

Setiap Supervisor tersebut membawahi beberapa salesman untuk melaksanakan pemasaran pada penggecer yang lebih khusus lagi misalnya: supervisor kelompok supermarket membawahi salesman untuk makro,

Salesman bertanggung jawab pada supervisor dan supervisor bertanggung jawab kepada manajer. Demikian juga alur wewenang antara salesman, supervisor, dan manajer.

Sedangkan untuk agen penjualan, walaupun PT. Ultrajaya memberikan kebebasan, tetapi tetap saja ada penggawasan dari PT. Ultrajaya melalui seorang Supervisor.

Prosedur Retur Produk

1. Pengecer melaporkan adanya barang yang akan diretur kepada kantor agen cabang atau agen, melalui salesman
2. Setelah adanya laporan tersebut, salesman dari kantor cabang dan agen ditugaskan untuk menarik barang-barang tersebut.
3. Produk yang sudah ditarik dari pengecer, oleh kantor cabang dikirimkan kekantor pusat, untuk kemudian dimusnahkan. Sedangkan pada pihak agen, produk yang telah ditarik di musnahkan di tempat, dengan sepenggetahuan supervisor. Kemudian dilakukan penggantian.
    a. Pengecer melaporkan adanya produk reject. (rusak, dsb)
    b. Produk itu kemudian dikembalikan kepada kantor pusat melalui kantor cabang .
    c. Kantor pusat yang akan menggirimkan penggantian setelah menggadalan penyelidikan terlebih dahulu akan penyebab kerusakan produk reject tersebut.

    Dokumen-dokumen yang di gunakan :

    1. Bon penjualan.
    2. Surat jalan.
    3. Bukti Pengembalian Material.

3.4 Kendala dalam Melaksanakan Saluran Pemasaran dan Upaya untuk Menggatasinya

Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam melaksanakan saluran pemasaran adalah :

A. Kesulitan untuk mendeteksi penyebab barang reject, apakah itu disebabkan oleh kesalahan produksi, kerusakan dalam proses penggiriman, atau kesalahan penyimpanan produk.

B. Menghadapi agen yang rewel karena penggiriman yang tidak diinginkan, misalnya adanya perbedaan anatara produk yang di pesankan dengan yang dating.

C. Masalah-masalah teknis seperti kesalahan penghitungan, atau adanya kecurangan dari petugas yang mengirimkan pesanan sehingga mengakibatkan ketidaksesuaian anatara surat bukti dengan jumlah produk secara fisik.

Upaya-upaya mengatasinya :

Setiap permasalahan yang muncul akan berusaha di selesaikan dengan secepatnya, melalui tingkatan permasalahan, apakah perlu di bawa ke tingkat manajer atau dapat di selesaikan secara kekeluaragaan. Kemudian, dengan adanya system computer dengan model SAP pelaksanaan penggawasan terhadap perbedaan jumlah produk, adanya kecurangan, ataupun data dari produk-produk yang telah di pesan menjadi lebih mudah dilakuikan. Sehingga kendala-kendala tersebut di atas dapat diselesaikan dengan baik.