

EVALUASI SALURAN HIBRIDA PADA PT SUMBER PANGAN GISINDO DI YOGYAKARTA

Nontika Cesaryana

Abstrak

Penulis melakukan penelitian pada PT Sumber Pangan Gisindo di Yogyakarta, perusahaan ini bergerak pada bidang pendistribusian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi saluran hibrida. Saluran hibrida merupakan saluran yang didalamnya menerapkan beberapa bentuk usaha berbeda untuk menangani atau menjalankan pemasarannya. Perusahaan yang berhasil yang melipatgandakan jumlah kunjungan ke pasar di banyak wilayah pasar akan melaksanakan pemasaran menggunakan saluran yang berbeda, terdiri dari pelanggan ukuran besar dan pelanggan ukuran menengah pada PT Sumber Pangan Gisindo di Yogyakarta. Pelanggan ukuran besar dengan menggunakan bantuan atau perantara tenaga penjualan terutama para *salesperson*. Teknik penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif yaitu: menceritakan dan melakukan wawancara terkait permasalahan yang ada pada perusahaan. Hasil penelitian ini penulis mendapatkan hasil analisis dan pembahasan yang terdiri dari pelanggan ukuran besar dan pelanggan ukuran menengah yaitu: menunjukkan bahwa tindakan korektif (evaluasi saluran) mendapatkan beberapa manfaat yaitu: peningkatan cakupan pasar PT Sumber Pangan Gisindo dapat menambah pelanggan outlet dengan adanya tipe pelanggan ukuran besar dan pelanggan ukuran menengah ini. Biaya saluran lebih mudah karena proses pemesanan produk dapat dilakukan secara *online*, dan penjualan juga dapat disesuaikan dengan pelanggan PT Sumber Pangan Gisindo karena dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan kategori tipe outletnya.

Kata Kunci: *Saluran Hibrida , Evaluasi*

EVALUATION OF HYBRID CHANNELS AT PT SUMBER PANGAN GISINDO IN YOGYAKARTA

Nontika Cesaryana

Abstract

The author conducts a research at PT Sumber Pangan Gisindo in Yogyakarta, the company is engaged in the distribution of products. This study aims to evaluate hybrid channels. Hybrid Channels are channels that apply several different forms of business to handle or carry out marketing. Successful companies which multiply the number of visits to the market in many market areas will carry out marketing using different channels, consisting of large side customers and medium side customers at PT Sumber Pangan Gisindo in Yogyakarta. At large side customers using help or intermediaries salespeople, especially the salesperson, namely: conduct outlet visits every two weeks. They make a visit with the aim of providing bills and checking on empty products so that at that time the billing system and ordering for additional products are going well, while for middle size customers, namely: by ordering through communication such as: whatsapp, email, and fax to make it easier for customers to place an order to meet the needs of outlet customers. The research technique used by the author is descriptive qualitative, namely: telling and conducting interviews related to problems that exist in the company. The results of this study are the authors who get the results of the analysis and discussion consisting of large – size customers and medium – sized costumers, namely: show that corrective actions (channel evaluation) get several benefits, namely: increased market coverage of PT Sumber Pangan Gisindo can add outlet customers with this type of large size customer and medium size customer. The channel cost is easier because the product ordering process can be done online, and sales can also be adjusted with PT Sumber Pangan Gisindo customers because they can meet customer needs according to the outlet type category.

Keyword: Hybrid Channel, Evaluation