

ABSTRAKSI

Judul : **Sistem Informasi Saluran Distribusi PT. Coca-Cola Bottling Indonesia**
Nama : **Daniel Andreanto Wirawan**
NIM : **D0G 006 015**
Program Studi : **D3 Pemasaran**
Approved : **2010**

Semua organisasi ataupun perusahaan mempunyai aliran informasi. Aliran informasi ini diatur dan diarahkan dalam suatu sistem informasi. Sistem informasi berperan dalam proses pengambilan keputusan operasional harian sampai perencanaan jangka panjang.

Sistem informasi mempunyai ragam jenisnya masing-masing. Namun, dalam Tugas Akhir ini saya akan membahas dan menjelaskan mengenai Sistem Informasi Saluran Distribusi yang digunakan PT. Coca-Cola dalam mendistribusikan produknya, sehingga bisa sampai di tangan konsumen diseluruh area jangkauannya dan konsumen tersebut dapat mengenal produk PT. Coca-Cola dengan baik, yang membuat terciptanya loyalitas pelanggan di kalangan konsumen. Sistem informasi yang dikembangkan PT. Coca-Cola juga berdampak kepada kinerja Salesman yang mendistribusikan produk-produknya, karena peningkatan kinerja sistem informasi dalam PT. Coca-Cola membuat pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien.

Sebagian besar produk-produk Coca-Cola didistribusikan melalui lebih dari 120 pusat penjualan yang tersebar di seluruh Indonesia. Produk-produk tersebut diangkut ke pusat-pusat penjualan tersebut oleh armada truk berukuran besar dan kemudian didistribusikan ke pedagang-pedagang eceran oleh kendaraan distribusi yang lebih kecil. Apabila truk-truk penjualan tersebut ditempatkan berderet, maka akan bisa sepanjang lebih kurang 17 km. Hal inilah yang membuat perusahaan Coca-Cola sebagai salah satu perusahaan distribusi terbesar di Indonesia. Diperkirakan lebih dari 80% produk-produk Coca-Cola dijual melalui para pengecer dan grosir dimana 90% diantaranya termasuk dalam kategori pengusaha usaha kecil, dan mereka mempekerjakan kurang dari lima karyawan dengan omset penjualan per tahun kurang dari Rp. 1 milyar.

Tim penjualan dan tim divisi khusus Coca-Cola yang sangat besar tidak saja menjual produk-produk kepada para pelanggan, tetapi mereka juga memberikan saran bagaimana sebaiknya mereka menjual produk-produk Coca-Cola dan juga melakukan pemetaan terhadap area-area baru yang akan dipetakan secara digital dalam sistem informasi PT. Coca-Cola. Supervisor penjualan juga teratur mengunjungi para pelanggan dan memberikan bimbingan, serta menampung masukan yang disampaikan para pelanggan.

Sekian pembahasan secara ringkas dari Tugas Akhir yang akan saya bahas. Semoga abstraksi yang saya ajukan ini dapat bermanfaat untuk pihak yang membacanya.