

ABSTRAK

STRATEGI KANAL DISTRIBUSI MELALUI STRUKTUR ORGANISASI DAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN : SEBUAH STUDI KASUS PADA PT XYZ

Ardi Gustira Mahardika

16/407159/PEK/22394

Penelitian ini didasari masalah strukturasi perusahaan dalam menghadapi perubahan paradigma pemasara yang saat ini memasuki era digital. Dibalik kelebihan dan kemudahan mencapai konsumen, sistem pemasaran digital juga memberikan dampak yang signifikan pada kebutuhan penyesuaian struktur organisasi bidang pemasaran serta alur rantai pasokan produk. Hal inilah yang sedang dihadapi oleh perusahaan PT XYZ yang menjadi fokus pembahasan penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif studi kasus, dimana peneliti melakukan pembahasan pada masalah struktur organisasi pemasaran dan manajemen rantai pasokan di perusahaan PT XYZ. Data didapat melalui wawancara dengan sejumlah key informan penelitian yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran PT XYZ.

Hasil penelitian ini menemukan adanya kebutuhan penyesuaian struktur organisasi di bidang pemasaran serta manajemen rantai pasokan yang mengakomodir saluran digital sebagai salah satu saluran yang sangat penting. Dengan integrasi struktur pemasaran digital pada bidang pemasaran secara keseluruhan akan memberikan dampak aliran produk yang lebih tertata, yang berdampak pada penurunan kondisi perang harga antar saluran seperti yang terjadi saat ini.

Kata kunci : Strategi Kanal Distribusi, Distribution Channel, Manajemen Rantai Pasokan, Supply Chain Management, Stuktur Organisasi,

ABSTRACT

DISTRIBUTION CHANNEL STRATEGIES THROUGH ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT :

A CASE STUDY AT PT XYZ

Ardi Gustira Mahardika

16/407159/PEK/22394

This research is based on corporate structuration in relation to marketing paradigm changes prevalent in today's digital era. Aside from all the advantages and ease of reaching consumers, digital marketing systems also have significant impact on the organizational structure of the marketing sector, as well as on the product supply chain. This is what the company PT XYZ faces, which serves as the focus of this study.

This research is a case study following qualitative approach, in which a discussion on marketing sector of organization structure and supply chain management in PT XYZ has been conducted. Data were obtained through interviews with a number of key informants relating to PT XYZ's marketing activities.

It was found out in this study that there was a need to adjust the organizational structure in marketing and supply chain management that accommodated digital channels as one of the most important channels. With the integration of the digital marketing structure in the overall marketing field, the product flow will be more orderly developed, which will lead to a decline in the price battle between channels as what is happening these days.

Key Word: Distribution Channels Strategies, Distribution Channel, Supply Chain Management, Organizational Structure.