

Optimalisasi Saluran Distribusi Melalui Pendekatan Strategis dalam Pemenuhan Kebutuhan Konsumen

Risda Marvinita¹, Angga Febrian², Luthfi Firdaus³

^{1,2,3} *Department of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 34396, Indonesia.*

**e-mail correspondence: angga.febrian@feb.unila.ac.id*

(Received: on 13 Nov 2024; Reviewed: on 25 Nov 2024; Accepted on 14 Dec 2024)

ABSTRACT

This study aims to optimize distribution channels through a strategic approach in meeting consumer needs. The research method used is a case study approach at PT Nestle with descriptive analysis. The results showed that the strategic approach helps Nestlé in identifying factors that contribute to the success of their distribution channels. Through market analysis, market segmentation, efficient distribution network, effective supply chain management, and utilization of technology and information systems, Nestlé can improve efficiency and timeliness in distributing their products. This research introduces an innovative collaborative model of managing the supply chain, where Nestle works with distribution partners at various levels to create a more responsive and efficient network. In addition, this research also proposes a data-driven approach to dynamically evaluate delivery routes, so that they can adjust to changing market conditions. The results of this study are expected to provide strategic recommendations for Nestle to improve operational efficiency, strengthen relationships with business partners, and ultimately improve customer satisfaction. Furthermore, the findings in this study can make a significant contribution to the development of supply chain management theory and practice in the context of a dynamic and complex industry.

Keywords: *Inventory, Distribution of Goods, Consumer Needs*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan saluran distribusi melalui pendekatan strategis dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kasus di PT Nestle dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan pendekatan strategis membantu Nestlé dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan saluran distribusi mereka. Melalui analisis pasar, segmentasi pasar, jaringan distribusi yang efisien, manajemen rantai pasokan yang efektif, serta pemanfaatan teknologi dan sistem informasi, Nestle dapat meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu dalam mendistribusikan produk mereka. Penelitian ini memperkenalkan sebuah model kolaboratif yang inovatif dalam mengelola rantai pasok, di mana Nestle bekerja sama dengan mitra distribusi pada berbagai tingkatan untuk menciptakan jaringan yang lebih responsif dan efisien. Selain itu, penelitian ini juga mengusulkan pendekatan berbasis data untuk mengevaluasi rute pengiriman secara dinamis, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Nestle untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan mitra bisnis, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Lebih jauh lagi, temuan-temuan dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan teori dan praktik manajemen rantai pasok dalam konteks industri yang dinamis dan kompleks.

Kata Kunci: *Persediaan, Pendistribusian Barang, Kebutuhan Konsumen*

PENDAHULUAN

Saluran distribusi yang efektif dan efisien merupakan faktor kunci dalam kesuksesan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam industri makanan dan minuman, persaingan terus semakin ketat dan kebutuhan konsumen semakin beragam. Hal tersebut penting bagi perusahaan untuk mengoptimalkan saluran distribusinya agar dapat memberikan pengalaman positif kepada konsumen. PT Nestle, sebagai salah satu perusahaan terkemuka dalam industri tersebut juga menghadapi tantangan yang serupa. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi saluran distribusi yang digunakan oleh PT Nestle dan mengembangkan pendekatan strategis yang dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik. Dalam upaya memahami kondisi saluran distribusi PT Nestle, perlu untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan yang ada. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan konsumen dalam industri makanan dan minuman. Dengan pemahaman yang mendalam tentang saluran distribusi yang ada dan kebutuhan konsumen, penelitian ini akan merumuskan pendekatan strategis yang dapat membantu PT Nestle dalam mengoptimalkan saluran distribusinya. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengiriman produk, serta memastikan ketersediaan stok yang tepat waktu, sehingga konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan dengan mudah.

Nestlé adalah sebuah perusahaan multinasional di Vevey, Swiss yang bergerak dalam bidang makanan. Nama Nestlé diambil dari seorang ahli farmasi yang berhasil menciptakan produk makanan berbasis susu khusus bayi yang kesulitan mengonsumsi ASI, yaitu Henry Nestlé. Berhasil menciptakan makanan pendamping bagi bayi yang tidak mendapat cukup ASI. *Farine Lactée* berhasil menyelamatkan banyak jiwa bayi pada saat itu dan Nestlé pun mendapatkan kepercayaan masyarakat. Henri Nestlé kemudian memanfaatkan nama keluarganya menjadi logo perusahaannya. Dalam dialek Jerman Swiss, "Nestlé" berarti sarang burung kecil (little nest). Logo itu menjadi lambang rasa aman, kasih sayang, kekeluargaan, dan tradisi. Perusahaan ini menghasilkan makanan dan minuman seperti makanan bayi, susu, kopi, cokelat, dan lain-lain. "Good Food, Good Life" merupakan slogan Nestlé yang menggambarkan komitmen Nestlé sebagai produsen makanan yang peduli akan kesehatan umat manusia dengan menghasilkan makanan yang sehat, bermutu, aman, berkualitas, bergizi, dan menyenangkan untuk dikonsumsi demi mewujudkan kehidupan yang lebih baik. (Tanrikulu, 2020). Perusahaan ini masuk dalam bursa saham SWX Swiss Exchange. Pada tahun 1842, Henry Nestlé membeli salah satu industri yang paling progresif dan lincah pada region itu pada masa tersebut. Ia terlibat dalam memproduksi minyak kacang (digunakan sebagai bahan bakar lampu minyak), minuman keras, rum, dan cuka. Ia juga mulai memproduksi dan menjual air mineral bergas dan lemonade, meskipun pada tahun-tahun krisis 1845 dan 1847 Nestlé menghentikan produksi air mineralnya.

Nestlé mulai tumbuh dan berkembang menjadi sebuah perusahaan makanan terbesar di dunia, serta perusahaan makanan dan minuman yang telah dipercaya oleh banyak orang di seluruh dunia secara turun temurun hingga sekarang. Perusahaan Nestlé tersebar di seluruh mancanegara, Nestlé berkomitmen untuk tetap mengembangkan produk-produk melalui inovasi dan renovasi demi memuaskan kebutuhannya di seluruh dunia. (Singh, 2019) Perkembangan yang semakin tinggi pada permintaan industri makanan dan minuman mendorong untuk melakukan inovasi dalam distribusi saluran barang sehingga dapat mencapai kinerja yang optimal. Kebutuhan pokok manusia terletak dalam perkembangan industri makanan dan minuman. (Bayona-Sáez, 2017). Kebutuhan manusia yang terus meningkat akan mempengaruhi perusahaan dalam negeri dan luar negeri untuk memproduksi dalam jumlah yang besar. Maka dari itu kedudukan distribusi menjadi penting, hal ini harus diperkuat oleh semua elemen yang terlibat seperti manufaktur, distributor, retailer hingga pada konsumen akhir yang bertujuan untuk menciptakan produk dengan kualitas yang baik, murah dan cepat. (Kurniawan, 2017).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami saluran distribusi yang saat ini digunakan oleh PT Nestle dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun penelitian sebelumnya telah banyak membahas kolaborasi dalam rantai pasok dan penggunaan teknologi dalam logistik, (Saryatmo, 2021) penelitian ini menawarkan kontribusi yang unik dengan menggabungkan kedua aspek tersebut dalam konteks industri makanan dan minuman. Model kolaborasi multi-tingkat yang diusulkan, serta pendekatan berbasis data untuk evaluasi rute pengiriman, merupakan inovasi yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan konsumen dalam industri makanan dan minuman. (Rakhmawati, 2019) Dengan pemahaman yang mendalam tentang kondisi tersebut, penelitian ini akan membangun sebuah pendekatan strategis baru yang dapat mengoptimalkan saluran distribusi PT Nestle agar lebih efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan konsumen. (Verma, 2022). Melalui evaluasi dampak implementasi pendekatan strategis tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur kinerja PT Nestle dalam hal pengiriman produk, ketersediaan stok, dan kepuasan konsumen. Rekomendasi spesifik dan praktis akan disusun berdasarkan hasil penelitian ini, dengan tujuan untuk membantu PT Nestle meningkatkan efektivitas saluran distribusinya dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Dengan sumbangan pemahaman baru tentang optimasi saluran distribusi dalam konteks industri makanan dan minuman, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi literatur akademik dan praktisi bisnis.

METODE

Dalam metode penelitian ini, pendekatan studi kasus (Ridlo, 2023) akan digunakan untuk mempelajari pendekatan strategis PT Nestlé dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Studi kasus akan dipilih berdasarkan keberhasilan perusahaan dalam mengadopsi strategi yang efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Studi kasus ini dapat berfokus pada produk tertentu, segmen pasar khusus, atau kampanye pemasaran yang sukses. Data studi kasus ini dapat dikumpulkan melalui jurnal-jurnal terdahulu dari penulis yang sudah pernah melakukan penelitian untuk dijadikan referensi bacaan dan tulisan dari penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif. (Assyakurrohim, 2023) Analisis ini akan melibatkan identifikasi pola, tren, dan temuan utama dari data yang diperoleh.

Pendekatan analisis kualitatif dapat mencakup pengelompokan data berdasarkan tema, analisis isi, dan identifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pendekatan strategis PT Nestlé dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan analisis data, kasus akan dibuat yang menggambarkan secara rinci pendekatan strategis PT Nestlé dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kasus ini akan mencakup informasi tentang konteks, strategi yang diadopsi, langkah-langkah yang diambil, dan hasil yang dicapai. Kasus ini akan menceritakan perjalanan PT Nestlé dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan menggunakan pendekatan strategis yang berhasil. Metode penelitian dengan pendekatan studi kasus akan membantu untuk memahami secara komprehensif pendekatan strategis PT Nestlé dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan menganalisis data dan membuat kasus, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang praktik terbaik yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain dalam industri makanan dan minuman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nestlé, sebagai perusahaan makanan dan minuman terkemuka, dihadapkan pada permasalahan yang terkait dengan mengoptimalkan saluran distribusi mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan efektif. Nestlé beroperasi di berbagai pasar di seluruh dunia, yang melibatkan jaringan distribusi yang kompleks. Mengelola rantai pasok yang luas dapat menimbulkan berbagai masalah. Permasalahan mungkin timbul dalam mengkoordinasikan dan mengintegrasikan aktivitas distribusi di berbagai wilayah, terutama jika terdapat perbedaan hukum, regulasi, dan infrastruktur

logistik antarnegara. (Omoegun, 2023) Infrastruktur transportasi yang terbatas dan aksesibilitas yang rendah dapat menyebabkan peningkatan biaya distribusi dan kesulitan dalam menjaga ketersediaan produk di pasar pedesaan.

Implementasi sistem ERP seringkali melibatkan perubahan proses bisnis, integrasi data, dan pelatihan karyawan. Tantangan yang mungkin dihadapi adalah memastikan kelancaran implementasi dan adopsi yang sukses oleh seluruh organisasi, serta mengatasi hambatan teknis atau organisasional yang mungkin muncul (Bingi, 1999). Kesenjangan antara fungsionalitas sistem ERP dan kebutuhan unik perusahaan. Hal ini bisa mengakibatkan proses bisnis yang tidak optimal atau perlunya penyesuaian dan kustomisasi tambahan pada sistem ERP (Grabis, 2019). Nestlé perlu memastikan pengiriman produk tepat waktu ke pengecer dan toko-toko sehingga tidak terjadi keterlambatan pengiriman, jadwal pengiriman yang tidak konsisten, atau kurangnya koordinasi dengan mitra distribusi, yang dapat berdampak negatif pada ketersediaan produk di pasar dan kepuasan konsumen. Ketidaktepatan dalam aliran informasi atau kurangnya sistem komunikasi yang terintegrasi dapat menyebabkan kesalahan pengiriman, kelebihan atau kekurangan persediaan, dan penurunan responsifitas terhadap permintaan konsumen. Sistem pull and push dalam supply chain memiliki tantangan dan pertimbangan masing-masing. Menerapkan strategi pull yang efektif membutuhkan pemantauan dan prediksi permintaan yang akurat untuk menghindari kekurangan persediaan. Sementara itu, menggunakan pendekatan push yang baik melibatkan perencanaan produksi yang tepat untuk menghindari surplus persediaan dan biaya penyimpanan yang tinggi (Fowler, 2019). Nestlé perlu menjaga keseimbangan yang tepat antara permintaan dan persediaan produk di berbagai saluran distribusi mereka. Permasalahan yang mungkin muncul apabila persediaan tidak terkelola dengan baik, dapat terjadi kekurangan atau kelebihan persediaan di berbagai saluran distribusi. Kelebihan persediaan yang mengakibatkan potensi kerusakan produk atau biaya penyimpanan yang tinggi, sementara kekurangan persediaan yang menyebabkan kehilangan penjualan dan ketidakpuasan konsumen.

Enterprise Resource Planning

Nestlé menggunakan sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP) untuk merampingkan operasinya dan mengelola berbagai aspek bisnisnya. Sistem ERP mengacu pada perangkat lunak yang mengintegrasikan dan mengelola proses dan fungsi bisnis inti dalam suatu organisasi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi dan memusatkan berbagai operasi, seperti keuangan, akuntansi, sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, manufaktur, dan banyak lagi. Dengan mengkonsolidasikan data dari berbagai departemen dan menyediakan wawasan real-time, sistem ERP meningkatkan efisiensi, kolaborasi, dan pengambilan keputusan. Dalam kasus Nestlé, sistem ERP dapat membantu perusahaan dalam beberapa bidang:

Manajemen Rantai Pasokan: Nestlé dapat menggunakan ERP untuk mengoptimalkan operasi rantai pasokannya, termasuk peramalan permintaan, pengadaan, manajemen inventaris, dan logistik. Hal ini akan memungkinkan Nestlé untuk memastikan produksi dan distribusi produknya yang efisien.

Manufaktur dan Produksi: ERP dapat membantu Nestlé dalam mengelola proses manufakturnya, termasuk perencanaan produksi, penjadwalan, kontrol kualitas, dan alokasi sumber daya. Dengan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan tersebut, Nestlé dapat mencapai produktivitas yang lebih baik, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan kualitas produk.

Manajemen Keuangan: Sistem ERP akan memungkinkan Nestlé untuk merampingkan operasi keuangannya, termasuk akuntansi, penganggaran, pelaporan, dan analisis keuangan. Hal ini dapat memberikan data keuangan yang akurat dan terkini, mendukung proses pengambilan keputusan Nestlé.

Penjualan dan Distribusi: Sistem ERP dapat membantu Nestlé mengelola proses penjualan dan distribusinya, termasuk manajemen pesanan, manajemen hubungan pelanggan, penetapan harga, dan analisis penjualan. Hal ini akan meningkatkan layanan pelanggan, mengoptimalkan strategi penjualan, dan meningkatkan profitabilitas secara keseluruhan.

Sumber Daya Manusia: Nestlé dapat memanfaatkan ERP untuk berbagai fungsi SDM, seperti manajemen data karyawan, penggajian, administrasi tunjangan, manajemen kinerja, dan perencanaan tenaga kerja. Ini akan memfasilitasi proses SDM yang efisien dan memungkinkan manajemen talenta yang lebih baik di dalam organisasi.

Menerapkan sistem ERP memerlukan perencanaan, penyesuaian, dan pelatihan agar selaras dengan kebutuhan dan proses spesifik perusahaan. Hal ini sering melibatkan investasi yang signifikan dalam lisensi perangkat lunak, infrastruktur, dan layanan implementasi. Namun, manfaat potensial dari peningkatan efisiensi, visibilitas data yang lebih baik, dan peningkatan pengambilan keputusan membuat ERP menjadi solusi yang menarik untuk organisasi besar seperti Nestlé. (Tambovcevs, 2022)

Supply Chain Management

Nestlé sangat menekankan manajemen rantai pasokan yang efektif untuk memastikan ketersediaan produknya bagi konsumen di seluruh dunia. Manajemen rantai pasokan Nestlé melibatkan berbagai aktivitas, termasuk pengadaan, logistik, manajemen inventaris, dan peramalan permintaan. Berikut merupakan aspek-aspek utama yang menjadi fokus Nestlé:

Pengadaan: Nestlé bertujuan untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dari pemasok terpercaya di seluruh dunia. Mereka menjalin hubungan yang kuat dengan pemasok untuk memastikan pasokan bahan dan bahan yang konsisten dibutuhkan untuk produk mereka. Nestlé menekankan pentingnya praktik sumber berkelanjutan, yang mungkin melibatkan sertifikasi, program ketertelusuran, dan inisiatif pengadaan yang bertanggung jawab.

Peramalan Permintaan: Peramalan permintaan yang akurat sangat penting bagi Nestlé untuk mengoptimalkan proses produksi dan distribusi. Nestlé menggunakan data penjualan historis, tren pasar, dan wawasan konsumen untuk memperkirakan permintaan produknya. Hal ini memungkinkan mereka menyelaraskan tingkat produksi, manajemen inventaris, dan logistik untuk memenuhi permintaan pelanggan secara efisien.

Manufaktur dan Produksi: Nestlé mengoperasikan jaringan luas fasilitas manufaktur di seluruh dunia. Mereka menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi, seperti prinsip lean manufacturing, inisiatif perbaikan berkelanjutan, dan teknologi otomasi. Nestlé berfokus untuk mempertahankan standar kualitas produk yang tinggi dan memastikan proses produksi yang efisien untuk memenuhi harapan pelanggan.

Logistik dan Distribusi: Nestlé mengelola operasi logistik yang kompleks untuk mendistribusikan produknya secara global. Ini melibatkan transportasi, pergudangan, dan optimalisasi jaringan distribusi. Nestlé dapat menggunakan kombinasi penyedia logistik internal dan pihak ketiga untuk memastikan pengiriman produknya secara tepat waktu dan hemat biaya ke pengecer, grosir, dan saluran distribusi lainnya.

Manajemen Inventaris: Manajemen inventaris yang efektif sangat penting bagi Nestlé untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan sambil meminimalkan biaya penyimpanan dan

pemborosan. Nestlé berusaha mempertahankan tingkat persediaan yang optimal dengan memanfaatkan prakiraan permintaan, praktik just-in-time (JIT), dan proses distribusi yang efisien. Ini membantu mereka menghindari kehabisan stok sekaligus meminimalkan kelebihan persediaan.

Kontrol Kualitas dan Kepatuhan: Nestlé sangat menekankan pada kualitas produk, keamanan, dan kepatuhan terhadap standar peraturan. Mereka menerapkan langkah-langkah kontrol kualitas yang ketat di seluruh rantai pasokan, termasuk audit pemasok, program jaminan kualitas, dan kepatuhan terhadap sistem manajemen kualitas yang ketat. Hal ini memastikan bahwa produk Nestlé memenuhi atau melampaui harapan konsumen dan persyaratan peraturan.

Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial: Nestlé berkomitmen pada praktik rantai pasokan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Mereka fokus pada pengurangan dampak lingkungan, mempromosikan sumber yang bertanggung jawab, dan mendukung masyarakat lokal. Nestlé terlibat dalam inisiatif seperti program pertanian berkelanjutan, pengelolaan air yang bertanggung jawab, dan praktik sumber yang etis untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasokan mereka.

Nestlé terus mengevaluasi dan meningkatkan praktik manajemen rantai pasokannya untuk beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah, preferensi konsumen, dan teknologi yang sedang berkembang (Raja, 2021). Dengan memastikan operasi rantai pasokan yang efisien, Nestlé dapat mengirimkan produknya secara efektif ke konsumen di seluruh dunia dengan tetap menjaga kualitas produk, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.

Tahapan Supply Chain Management

Nestlé bekerja sama dengan berbagai pemasok untuk memperoleh bahan baku, bahan kemasan, dan komponen lain yang diperlukan untuk produksi produk mereka. Mereka memilih pemasok yang handal, melakukan negosiasi kontrak, dan memastikan kualitas, keandalan, serta kepatuhan pemasok terhadap standar etika dan lingkungan yang ditetapkan oleh Nestlé.

Manufaktur: Nestlé memiliki fasilitas manufaktur di berbagai lokasi. Tahap ini melibatkan proses produksi dan manufaktur untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Nestlé menerapkan praktik manufaktur yang efisien, mengedepankan kualitas produk, dan memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan dan regulasi lainnya.

Distributor: Nestlé bekerja sama dengan distributor untuk mendistribusikan produk mereka ke berbagai wilayah. Distributor bertanggung jawab mengambil produk dari pabrik Nestlé dan mendistribusikannya ke titik-titik penjualan, seperti ritel modern, ritel tradisional, restoran, hotel, dan sebagainya. Mereka juga mengelola inventaris dan menjaga hubungan dengan pelanggan di wilayah masing-masing.

Retailer: Nestlé menjalin kemitraan dengan berbagai retailer, seperti supermarket, hipermarket, toko kelontong, atau toko makanan khusus. Produk Nestlé dijual melalui saluran ritel ini, yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk Nestlé secara langsung.

Customer: Tahap terakhir dari rantai pasok Nestlé adalah pelanggan akhir atau konsumen. Pelanggan ini bisa berupa individu yang membeli produk Nestlé dari toko atau restoran, atau bisnis yang menggunakan produk Nestlé dalam operasi mereka. Nestlé memberikan layanan pelanggan yang baik dan memastikan kepuasan pelanggan dengan produk mereka.

Pull and Push System

Istilah "sistem tarik" dan "sistem dorong" dalam konsep rantai pasok mengacu pada dua pendekatan berbeda untuk mengelola aliran bahan dan produk melalui rantai pasokan. Dalam sistem dorong, keputusan produksi dan distribusi didasarkan pada perkiraan dan rencana produksi yang ditentukan sebelumnya. Produk diproduksi dan didorong melalui rantai pasokan berdasarkan permintaan yang diantisipasi. Pendekatan ini melibatkan produksi barang terlebih dahulu dan kemudian mendistribusikannya ke berbagai lokasi. Nestlé mungkin menggunakan sistem push untuk produk tertentu dengan pola permintaan yang relatif stabil. Berdasarkan data penjualan historis dan tren pasar, Nestlé dapat memperkirakan permintaan untuk produk ini dan memproduksinya lebih awal, mendorongnya melalui rantai pasokan ke pusat distribusi dan pengecer.

Dalam sistem tarik, keputusan produksi dan distribusi didorong oleh permintaan pelanggan yang sebenarnya. Produk diproduksi dan dipasok sebagai tanggapan atas pesanan pelanggan atau data tempat penjualan, bukan diproduksi sebelumnya. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalkan tingkat persediaan dan merespon dengan cepat perubahan permintaan (Fowler, 2019). Nestlé dapat menerapkan sistem tarik untuk produk dengan variabilitas permintaan yang lebih tinggi atau umur simpan yang lebih pendek. Alih-alih memproduksi barang terlebih dahulu, Nestlé akan menunggu pesanan pelanggan atau data point-of-sale untuk memicu proses produksi dan distribusi. Hal ini membantu mengurangi biaya penyimpanan persediaan dan risiko keusangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan antara sistem dorong dan tarik termasuk prediktabilitas permintaan, daya tahan produk, persyaratan waktu tunggu, biaya persediaan, dan harapan layanan pelanggan (Liu, 2020). Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut secara cermat, Nestlé dapat menentukan pendekatan rantai pasokan yang paling tepat untuk setiap produk atau kategori produk guna mengoptimalkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.

Pendekatan Strategis

Saluran distribusi yang efektif merupakan salah satu faktor kunci dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat dan efisien. Nestlé menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan saluran distribusi mereka untuk memastikan produk mereka tersedia di pasaran dengan baik dan mencapai konsumen tepat waktu. Nestlé perlu mengadopsi pendekatan strategis yang efektif dalam mengoptimalkan saluran distribusi. Saluran distribusi Nestlé saat ini melibatkan beberapa elemen, termasuk pabrik, gudang, distributor, pengecer, dan konsumen. Perusahaan ini perlu mempertimbangkan beberapa faktor kunci dalam pendekatan strategis mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui saluran distribusi, antara lain:

Analisis Pasar: Nestlé harus melakukan analisis pasar yang komprehensif untuk memahami pola konsumsi dan preferensi konsumen di setiap pasar yang mereka layani. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan dapat merencanakan saluran distribusi yang tepat dan memastikan produk tepat waktu di tempat yang tepat.

Segmentasi Pasar: Nestlé perlu melakukan segmentasi pasar yang tepat untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang berbeda dengan kebutuhan dan preferensi khusus. Dengan memahami segmentasi pasar, perusahaan dapat mengoptimalkan saluran distribusi untuk melayani setiap segmen konsumen secara efektif. Misalnya, Nestlé dapat memiliki saluran distribusi yang berbeda untuk produk makanan bayi dan produk minuman kopi dewasa.

Jaringan Distribusi yang Efisien: Nestlé perlu membangun jaringan distribusi yang efisien dan terintegrasi dengan baik. Ini melibatkan pemilihan dan penilaian mitra distribusi yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dengan baik. Nestlé perlu memastikan keandalan, kapabilitas, dan komitmen mitra distribusi mereka dalam menyediakan produk dengan baik di pasar yang ditargetkan.

Manajemen Rantai Pasokan yang Efektif: Nestlé harus memastikan manajemen rantai pasokan yang efektif untuk memaksimalkan efisiensi dan kehandalan saluran distribusi mereka. Hal ini melibatkan koordinasi yang baik antara pabrik, gudang, distributor, dan pengecer untuk mengoptimalkan persediaan, pengiriman, dan layanan pelanggan.

Teknologi dan Sistem Informasi: Nestlé dapat menggunakan teknologi dan sistem informasi yang canggih untuk memantau dan mengelola saluran distribusi mereka. Dengan sistem yang tepat, perusahaan dapat melacak persediaan, mengoptimalkan rute pengiriman, dan meningkatkan visibilitas serta koordinasi dalam rantai pasokan mereka.

Untuk mengoptimalkan saluran distribusi dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, Nestlé dapat menerapkan beberapa penyelesaian strategis, antara lain:

Kolaborasi dengan Mitra Distribusi: Nestlé dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan mitra distribusi mereka, termasuk distributor dan pengecer. Kolaborasi yang kuat memungkinkan pertukaran informasi yang lebih baik, pengelolaan persediaan yang lebih efisien, dan peningkatan layanan pelanggan.

Pemanfaatan Teknologi: Nestlé dapat menggunakan teknologi terkini dalam manajemen saluran distribusi mereka. Hal ini meliputi penggunaan sistem manajemen rantai pasokan yang terintegrasi, penggunaan aplikasi berbasis cloud untuk pemantauan persediaan, dan pemanfaatan teknologi informasi lainnya untuk meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu dalam distribusi produk.

Evaluasi Rute Pengiriman: Nestlé dapat melakukan evaluasi rute pengiriman mereka untuk mengidentifikasi rute yang paling efisien dan mengoptimalkan jadwal pengiriman. Dengan memilih rute yang tepat, perusahaan dapat mengurangi biaya transportasi dan memastikan produk tiba di tempat tujuan dengan cepat.

Pelatihan dan Pengembangan Tenaga Kerja: Nestlé dapat memberikan pelatihan dan pengembangan kepada staf dan mitra distribusi mereka untuk meningkatkan keahlian dalam manajemen dan operasi saluran distribusi. Ini akan membantu memastikan bahwa tenaga kerja terampil dan terlatih dapat mengelola saluran distribusi dengan baik.

Pemantauan dan Evaluasi Kinerja: Nestlé perlu memantau dan mengevaluasi kinerja saluran distribusi mereka secara teratur. Melalui pemantauan yang efektif, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan korektif yang tepat untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan.

Penting bagi perusahaan Nestlé untuk juga mempertimbangkan penggunaan teknologi terkini dalam manajemen saluran distribusi mereka. Dengan memanfaatkan sistem manajemen rantai pasokan yang terintegrasi dan aplikasi berbasis cloud untuk pemantauan persediaan, Nestlé dapat meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu dalam distribusi produk. Selain itu, evaluasi rute pengiriman untuk mengidentifikasi rute yang paling efisien dan optimalisasi jadwal pengiriman akan membantu mengurangi biaya transportasi dan memastikan produk tiba dengan cepat. Peningkatan keahlian staf dan mitra distribusi melalui pelatihan dan pengembangan juga merupakan kunci untuk

pengelolaan saluran distribusi yang efektif. Nestlé perlu memantau dan mengevaluasi kinerja saluran distribusi mereka secara teratur untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan korektif yang tepat. Dengan pendekatan komprehensif ini, Nestlé dapat mengoptimalkan saluran distribusi dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, memastikan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya strategi dalam mengoptimalkan saluran distribusi guna memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik (Paula Graça, 2017). Strategi yang diusulkan, seperti kolaborasi dengan mitra distribusi, pemanfaatan teknologi terkini, evaluasi rute pengiriman, pelatihan tenaga kerja, serta pemantauan dan evaluasi kinerja, sejalan dengan pendekatan yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, dan memperkuat hubungan dengan konsumen (Ahmed M. Khedr, 2024). Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian yang menekankan bahwa pendekatan strategis dan integratif dalam manajemen distribusi dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, (Medvedeva, 2020) termasuk dalam konteks perusahaan multinasional seperti Nestlé.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pendekatan strategis PT Nestlé dalam mengoptimalkan saluran distribusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan pendekatan strategis membantu Nestlé dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan saluran distribusi mereka. Dengan menerapkan pendekatan strategis, Nestlé dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas saluran distribusinya, sehingga dapat memastikan produk mereka tersedia dengan baik dan dapat diakses oleh konsumen. Upaya ini merupakan langkah penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan mendukung visi Nestlé untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik melalui makanan yang sehat dan bermutu. Nestlé dapat mengadopsi pendekatan strategis dalam mengoptimalkan saluran distribusi mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Melalui analisis pasar, segmentasi pasar, jaringan distribusi yang efisien, manajemen rantai pasokan yang efektif, serta pemanfaatan teknologi dan sistem informasi, Nestlé dapat meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu dalam mendistribusikan produk mereka. Selain itu, kolaborasi yang erat dengan mitra distribusi, evaluasi rute pengiriman, pelatihan tenaga kerja, dan pemantauan kinerja yang berkelanjutan, Nestlé dapat meningkatkan kualitas layanan dan memastikan produk mereka tersedia di pasar dengan baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi PT Nestlé dalam mengoptimalkan saluran distribusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan menerapkan pendekatan strategis seperti analisis pasar, segmentasi yang tepat, pemanfaatan teknologi, dan manajemen rantai pasokan yang efektif, Nestlé dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan memastikan ketersediaan produk di pasar. Kolaborasi dengan mitra distribusi, pelatihan tenaga kerja, serta evaluasi dan pemantauan kinerja yang berkelanjutan juga menjadi kunci keberhasilan. Implikasi praktisnya adalah pentingnya pendekatan distribusi yang efisien untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung pencapaian tujuan bisnis Nestlé secara keseluruhan. Walaupun penelitian ini memiliki kontribusi, namun tidak terlepas dari keterbatasan yang dapat dijadikan masukan untuk

penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini fokus pada perusahaan penyedia barang. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan perusahaan jasa dengan model penelitian yang sama. Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mungkin memiliki keterbatasan pada subjektivitas hasil. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melihat persepsi pelanggan atau karyawan perusahaan.

REFERENSI

- Ahmed M. Khedr, S. R. (2024). Enhancing supply chain management with deep learning and machine learning techniques: A review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Volume 10, Issue 4, <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100379>.
- Assyakurrohim, D. I. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Bayona-Sáez, C. C.-C.-M. (2017). Open innovation in the food and beverage industry. *Management Decision*, 55, 526-546. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2016-0213>.
- Bingi, P. S. (1999). Critical Issues Affecting an ERP Implementation. *Inf. Syst. Manag.*, 16, 7-14. <https://doi.org/10.1201/1078/43197.16.3.19990601/31310.2>.
- Fowler, J. K. (2019). Design for customer responsiveness: Decision support system for push-pull supply chains with multiple demand fulfillment points. *Decis. Support Syst.*, , 123. <https://doi.org/10.1016/J.DSS.2019.113071>.
- Grabis, J. (2019). Optimization of Gaps Resolution Strategy in Implementation of ERP Systems. . 84-92. <https://doi.org/10.5220/0007710000840092>.
- Kurniawan, A. &. (2017). Pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja UMKM Batik di Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 175-185.
- Liu, L. X. (2020). Push versus pull: Inventory-leadtime tradeoff for managing system variability. *Eur. J. Oper. Res.*, , 287, 119-132. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.04.033>.
- Medvedeva, N. M. (2020). Assessment of Company Competitive Advantage Strategy Through Supply Chain. *International Journal of Supply Chain Management*, , 9, 778-783.
- Omoegun, O. O.-E. (2023). ACHIEVING SUSTAINABILITY AND RESILIENCE: A CASE STUDY OF NESCAFE'S GLOBAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT. *Corporate Sustainable Management Journal*, <https://doi.org/10.26480/csmj.02.2023.115.120>.
- Paula Graça, L. M.-M. (2017). Performance indicators for collaborative business ecosystems — Literature review and trends. *Technological Forecasting and Social Change*, 116, 237-255. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2016.10.012>.
- Raja, H. M. (2021). Impact of Customer Awareness and Buying Behavior on Sustainability Capability of Nestle SSCM. 2, 6-11. <https://doi.org/10.51682/JISCOM.00201002.2021>.
- Rakhmawati, A. R. (2019). Faktor anteseden dan konsekuensi green supply chain management. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(1), 1.
- Ridlo, U. (2023). *Metode penelitian studi kasus: teori dan praktik*. Publica Indonesia Utama.

- Saryatmo, M. &. (2021). The Influence of the Digital Supply Chain on Operational Performance: A Study of the Food and Beverage Industry in Indonesia. . *Sustainability*, 13, 5109. <https://doi.org/10.3390/SU13095109>. .
- Singh, A. &. (2019). A Case Study on Nestle. *Journal of International Conference Proceedings*, <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i2.606>.
- Tambovcevs, A. &. (2022). ERP System Implementation: Benefits and Economic Effectiveness. *International Journal of Systems Applications, Engineering & Development* , <https://doi.org/10.46300/91015.2022.16.3>.
- Tanrikulu, H. N. (2020). Corporate political activity of the baby food industry: the example of Nestlé in the United States of America. . *International Breastfeeding Journal*, 15. <https://doi.org/10.1186/s13006-020-00268-x>.
- Verma, V. B. (2022). Sustainable Supply chain Systems of Food and Beverages SMEs: Analyzing sustainable performance using Structured Equation Modeling. *Journal of Decision Analytics and Intelligent Computing*, <https://doi.org/10.31181/>.