

MANAGING VALUE-CHAIN RELATIONSHIPS

Lili Adi Wibowo

boswie2005@yahoo.com

Oce Ridwanudin

ocereeves@gmail.com

Value Chain

A group of vertically aligned organizations that add value to a good or service in moving from basic supplies to finished products to consumer and organizational end-users, thus, focusing on the process, activities, organizations, and structures.

Channel Of Distribution

A network of value-chain organizations performing functions that connect goods and services with end-users.

Marketing Channel

Sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama

- Merchants (wholesalers and retailers)
Membeli, mengambil alih hak dan menjual kembali barang.
- Agents (Brokers, perwakilan perusahaan, sales agents)
Mencari pelanggan dan bernegosiasi atas nama produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang itu.
- Facilitators (transp co, independent warehouses, banks, advertising agencies)
Membantu proses distribusi namun tidak memiliki hak atas barang, tidak menegosiasikan pembelian atau penjualan.

Consumer Products

Direct Channel

Level 0



Indirect Channel

Level 1



Level 2



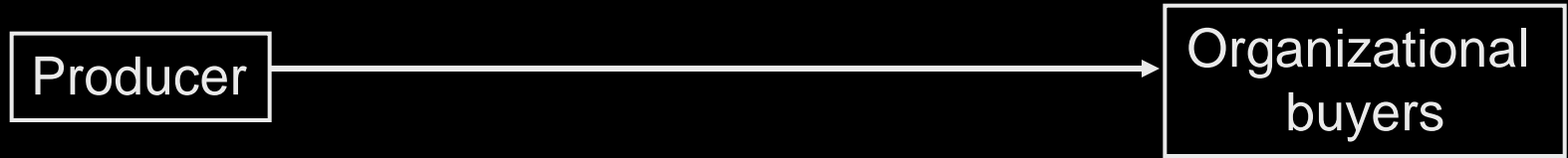
Level 3



Organizational Products

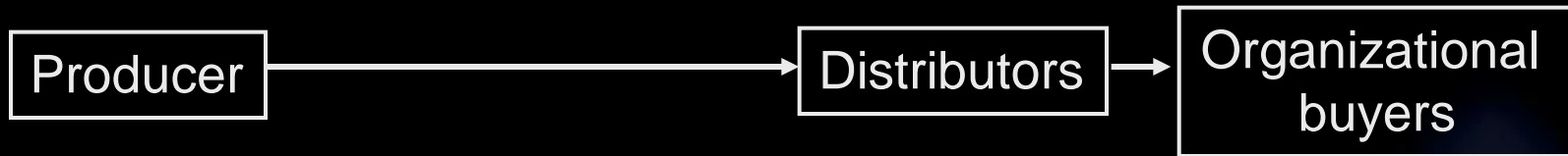
Direct Channel

Level 0

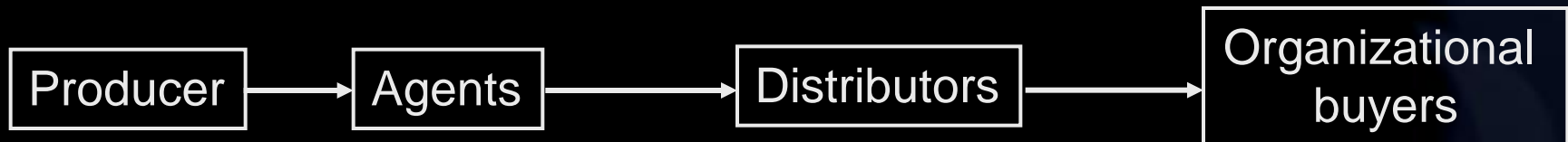


Indirect Channel

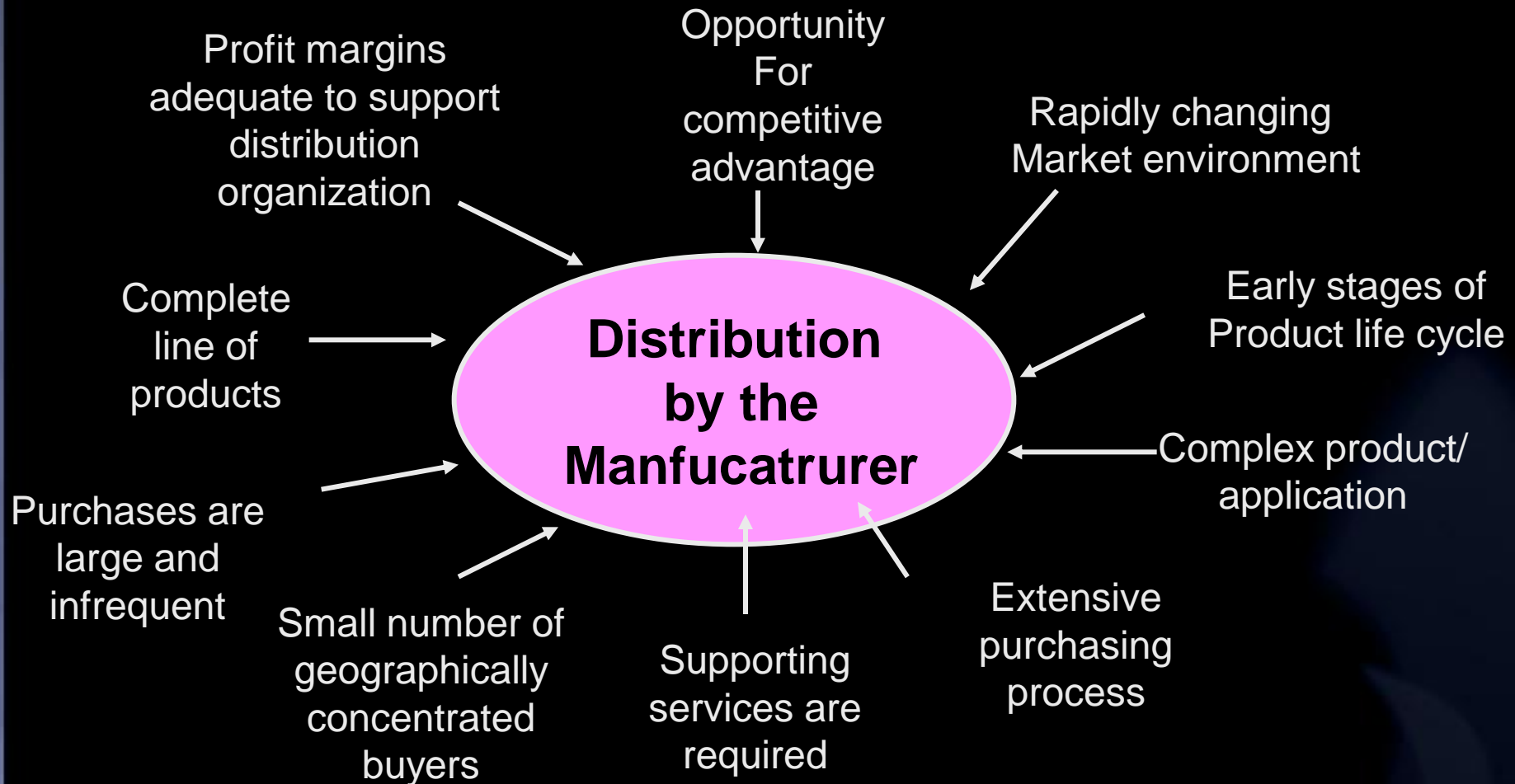
Level 1



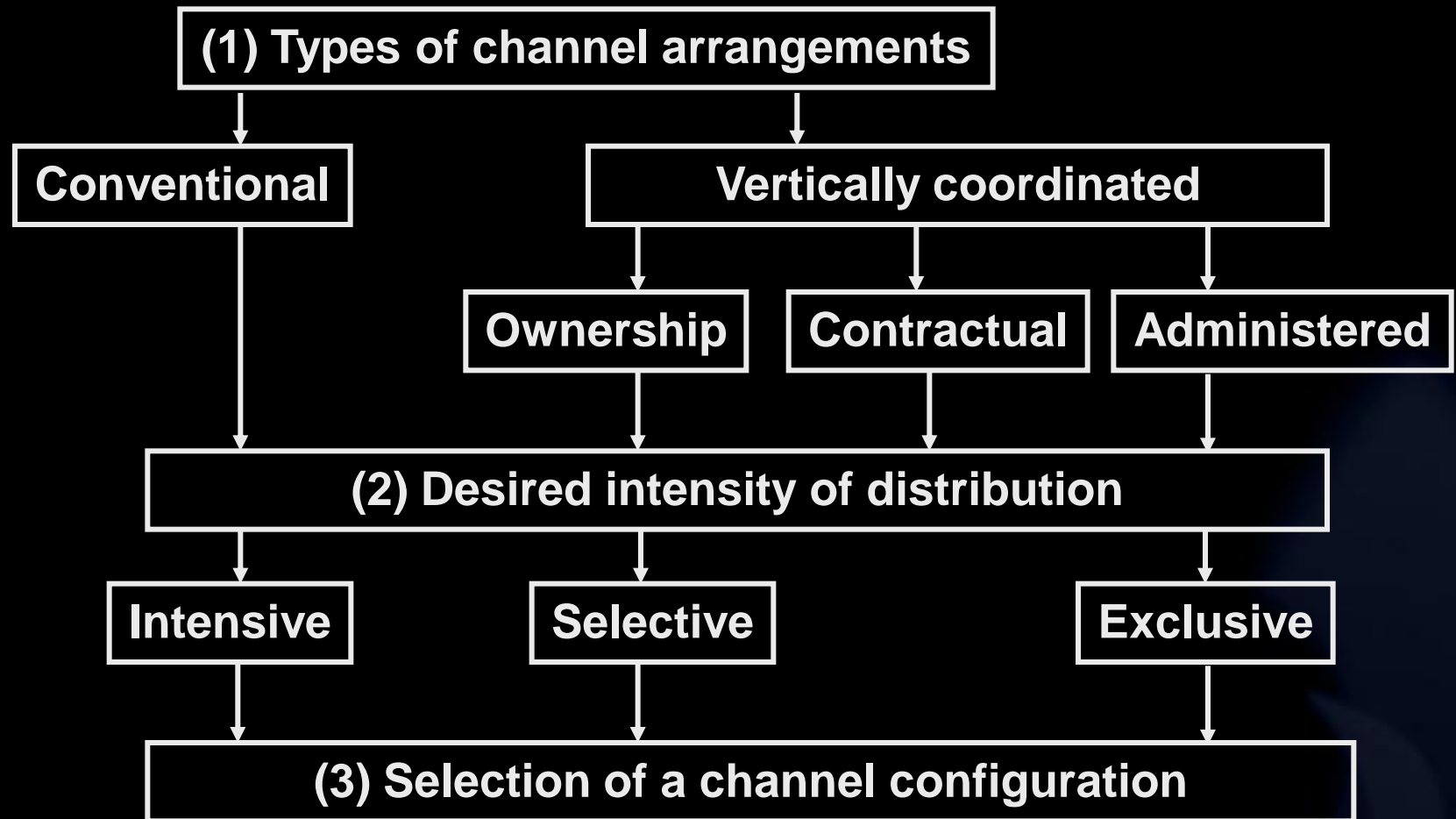
Level 2



Factors Favoring Distribution by the manufacturer



Steps in Channel Strategy Selection



Conventional Channels

- Kelompok organisasi independen yang menghubungkan secara vertikal, dimana masing-masing pihak berdiri sendiri dan mengejar keuntungannya sendiri, dengan perhatian yang minim terhadap kinerja total dari channel tersebut.
- Hubungan antara partisipan dalam conventional channel lebih cenderung informal dimana para anggotanya tidak terkoordinasikan secara dekat.
- Fokus terletak pada buyer-seller transaction

Vertical Marketing System

- Pengelolaan distribution channel oleh suatu organisasi tertentu yang terdiri dari produsen, wholesaler(s), retailer(s) sebagai satu kesatuan.
- Channel captain, memiliki atau membeli franchise dari pihak lainnya sehingga memiliki power yang lebih kuat.
- Terbentuk karena keinginan yg kuat dari channel members dalam mengendalikan perilaku channel dan menghilangkan konflik apabila mereka bekerja sebagai pihak independen yang mencari keuntungan, seperti dalam conventional channel.

Ownership VMS

- Menggabungkan tahapan produksi dan distribusi dibawah satu kepemilikan
- Less adaptable untuk diganti → alternatifnya adalah Relationship VMS
- Giant Food Stores mengoperasikan ice-making facility, soft drink bottling, pabrik es krim, bakery yang mensuplai kepada Giant Stores.

Contractual VMS

- Terdiri dari pihak independen dari berbagai level yang berbeda dalam produksi dan distribusi yang terintegrasi dalam sebuah program yang berbasis kontrak untuk mendapatkan economies of scale dibandingkan bila mereka bekerja sendiri-sendiri.
 - Wholesaler-sponsored voluntary chains
 - Retailer cooperatives
 - Franchise organizations

- **Wholesaler-sponsored voluntary chains**
Wholesalers mengelola retailer independen untuk membantu mereka bersaing dengan large chain organization.
- **Retailer cooperatives**
Inisiatif retailers untuk mengelola suatu usaha baru dan membentuk retailer co-op yang berfungsi sebagai wholesaler dan merencanakan advertising secara bersama-sama.
- **Franchise organizations**
The fastest growing retailing development

Administered VMS

- Menggabungkan tahapan produksi dan distribusi melalui ukuran dan power dari salah satu anggota.
- Produsen dari brand yang dominan mampu untuk menjalin kerjasama dan dukungan perdagangan yang kuat dari para reseller dalam hubungannya dengan displays, shelf space, promotions, kebijakan harga.
- Kodak, Gillette, P&G, Campbell Soup.

Relationship VMS

- Hubungan ini melibatkan kolaborasi dan sharing informasi yang apik antara pihak yang berkaitan.
- Salah satu pihak tidak mempunyai kendali atas pihak lainnya.
- Hubungan antara radio Shack, Compaq, dan Sprint.

Intensity of Distribution

■ Intensive

- Produsen menempatkan barang dan jasanya di banyak tempat

- Calvin Klein

■ Selective

- Several number of intermediaries

- Disney Movie: Movie rental stores (Blockbuster), Company's retail stores (Disney Stores), Retail Sores (Best Buy), online retailers (Amazon.com), Disney's online Disney Stores

Intensity of Distribution

■ Exclusive

- Limited number of intermediaries
- Digunakan apabila perusahaan ingin memantau kendali terhadap service level dan output yang ditawarkan oleh resellers.
- Melibatkan exclusive dealing agreements.
- Avon: 115 tahun menggunakan Avon Ladies. Thn 2001 negotiated dgn Sears (beberapa dari 860 toko) dan JCPenney (70 dari 1140 toko) utk membuat instore sales.