

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan mau tidak mau di tuntut untuk mampu melakukan strategi-strategi yang tepat untuk kelangsungan bisnis perusahaan, khususnya dalam pemasaran.

Kehadiran perusahaan-perusahaan besar dalam memproduksi semen telah membuat persaingan terhadap PT Semen Padang dalam pemasaran produknya. Aktivitas pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran produk semen. Karena promosi dapat menggugah minat semua orang yang menjadi target sasaran tergerak melakukan pembelian. Aktivitas promosi merupakan suatu hal yang tidak boleh di anggap remeh sama sekali. Dengan kemajuan teknologi informasi saat ini dan makin ketatnya persaingan dalam dunia usaha menyebabkan penyampaian atau komunikasi suatu ide menjadi hal yang penting. Tidak mengherankan kalau ternyata ada perusahaan yang mampu bertahan atau bahkan lebih unggul dari pesaing yang ada, karena perusahaan tersebut berhasil memuaskan target sasaran mereka dalam promosi. Sehingga dapat menciptakan hubungan komunikasi yang saling pengertian antara kedua belah pihak yaitu, produsen dan masyarakat sebagai konsumen.

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh terhadap meningkatnya jumlah penjualan. Kecil kemungkinan sebuah

produk akan di beli konsumen apabila mereka tidak mengetahuinya dan peran perusahaan Disini ialah untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai keberadaan produk dari perusahaan.

Salah satu industri strategis di Indonesia adalah industri semen yang merupakan faktor penting dalam pembangunan dan perekonomian. Pada jaman orde baru semen seringkali menjadi perhatian masyarakat, yaitu harganya yang naik-turun meski pemerintah telah menetapkan harga patokan setempat (HPS), dan terjadi pembagian wilayah pemasaran di antara produsen semen. Artinya pada masa itu terjadi kartel harga dan pembagian wilayah pemasaran, akibatnya seringkali terjadi kelangkaan semen di pasar yang bersangkutan dan di ikuti dengan harga yang tinggi.

Pada masa sekarang ini, dengan persaingan industri semen yang semakin meningkat di perlukan berbagai strategi oleh perusahaan produsen semen. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi tersendiri untuk memperoleh tujuan yang di tetapkan oleh manajemen. Perusahaan memiliki dua tujuan yaitu, tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Dalam tujuan jangka pendek perusahaan akan berusaha mencari laba, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan berusaha membangun *image* perusahaan agar pelanggan memilih produk yang di tawarkan perusahaan. Perusahaan melakukan berbagai aktivitas promosi untuk memperkenalkan produk mereka kepada calon pelanggan, atau perusahaan akan sekedar mengingatkan kepada pelanggan mereka tentang produk mereka.

Pasar semen nasional yang saat ini masih dikuasai oleh PT Semen Indonesia yang terdiri dari Semen Padang, Semen Gresik, Semen Tonasa, dan Thang Long Cement

Vietnam dengan pangsa pasar di atas 40%. Karena itu Semen Padang tergabung dalam PT Semen Indonesia juga menjadi perusahaan yang kompetitif dalam segi komunikasi pemasaran, sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar di Indonesia. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat antara produsen semen di Indonesia, maka promosi menjadi perhatian khusus guna menggaet pelanggan baru maupun mempertahankan kesetiaan pelanggan lama.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul “ **Aktivitas Promosi Pada PT Semen Padang** “.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah :

1. Kegiatan apa saja yang di lakukan dalam pelaksanaan promosi di PT Semen Padang.?
2. Apa saja kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi.?
3. Upaya mengatasi kendala di dalam kegiatan promosi.?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah :

1. Mengetahui apa saja yang di lakukan untuk mempromosikan produk semen PT Semen Padang.
2. Mengetahui prosedur pelaksanaan kegiatan promosi di PT Semen Padang.
3. Mengetahui kendala yang di hadapi dalam melakukan kegiatan promosi pada PT Semen Padang.

4. Mengetahui cara mengatasi hambatan dalam kegiatan promosi pada PT Semen Padang.

1.4 WAKTU PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengumpulan data dan bersamaan dengan Praktek Kerja Lapangan (PKL), yang di laksanakan di PT Semen Padang selama 8 minggu yang di laksanakan pada tanggal 4 Januari 2016- 26 Februari 2016 yang beralamat di Indarung Padang 25237, telp (0751) 815250 Fax. 0751-815590 Fax marketing. 0751-805001. Email : www.semenpadang.co.id

1.5 METODE PENELITIAN

1. Metode Partisipasi

Yaitu secara langsung ikut terlibat dalam kegiatan di biro penjualan dan promosi di PT Semen Padang, dengan cara pengamatan dan pencatatan sistematis gejala-gejala yang di teliti.

2. Metode Dokumentasi

Yaitu pengambilan data yang di peroleh melalui dokumen-dokumen. Dengan mencari dan meminta data, kemudian menganalisanya dari dokumen - dokumen yang di miliki PT Semen Padang.

3. Metode Observasi

Yaitu dengan penulis mencatat dan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung sesuai dengan kondisi yang ada di PT Semen Padang.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Selain mempunyai tujuan penelitian, penelitian ini juga mempunyai manfaat penelitian. Dalam penelitian ini memiliki manfaat penelitian antara lain :

1. Bagi instansi
 - a. Meningkatkan cara berfikir, bertindak dan bersikap sesuai dengan ilmu pengetahuan.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan dalam kegiatan aktivitas promosi bagi perusahaan.
2. Bagi Penulis.
 - a. Menerapkan ilmu yang di dapat selama di bangku kuliah dengan kondisi sebenarnya dalam dunia kerja.
 - b. Dapat mengetahui secara langsung kegiatan perusahaan, dan juga sebagai pengalaman serta bekal yang bermanfaat untuk memasuki dunia kerja yang sebenarnya.

