

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Semen Padang merupakan pabrik semen tertua di Indonesia yang didirikan pada 18 Maret 1910 dengan nama *NV Nederlansch Indische Portland Cemen Maatschappij* (NV NIPCM). Pabrik semen telah berproduksi pada tahun 1913 sampai sekarang. PT. Semen Padang menghasilkan produk semen yang berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen dan juga memproduksi semen dalam jumlah besar untuk memenuhi permintaan pasar. PT. Semen Padang memasarkan produk semennya di beberapa wilayah di Sumatera dan Jawa sebagai daerah pemasaran utamanya.

Semakin meningkatnya penggunaan semen untuk pembangunan di daerah Sumatera Barat khususnya di daerah Padang dan disekitarnya seperti untuk pembangunan rumah pemukiman, jalan, jembatan, terowongan, bendungan, irigasi, dermaga, landasan udara, gedung-gedung bertingkat dan lain sebagainya, Semen Padang berusaha memenuhi permintaan akan kebutuhan semen di daerah-daerah tersebut. PT. Semen Padang mencoba mendistribusikannya hingga sampai ke tangan konsumen dengan baik, cepat, dan tepat.

Distribusi adalah aktifitas perusahaan agar produk/jasa mudah didapatkan oleh konsumen sarannya (Kotler dan Armstrong, 2000). Distribusi merupakan jalur yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa dari

produsen ke konsumen. Sarana dan prasarana distribusi yang digunakan oleh suatu perusahaan mempengaruhi cepat atau tidaknya barang atau jasa sampai ke tangan konsumen. Untuk itu suatu perusahaan harus memilih saluran distribusi yang tepat agar dapat meningkatkan volume penjualan dan tingkat pengembalian laba yang tinggi. Sedangkan saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Amstrong, 1997).

Distribusi bertujuan untuk menyalurkan barang atau jasa agar sampai ke tangan konsumen. barang dan jasa akan lebih bermanfaat bagi konsumen jika sistem distribusinya lebih cepat. Sebagaimana yang kita ketahui, distribusi merupakan salah satu kegiatan utama yang penting dari PT. Semen Padang yang akhirnya berdampak dengan penjualan produk semen tersebut. Bagus tidaknya pendistribusian semen dipengaruhi oleh bagaimana pendistribusian semen itu sendiri sebagai produk utama dari perusahaan tersebut. Tanpa program dan pendistribusian semen yang sesuai, kegiatan distribusi pada PT. Semen Padang akan gagal dan tidak teratur serta tidak akan meningkatnya penjualan. Oleh karena itu, dalam pendistribusian semen diperlukannya aktivitas distribusi untuk kelancaran penjualan semen tersebut.

Menurut pengamatan penulis, PT. Semen Padang telah melakukan pendistribusian semen ke beberapa gudang-gudang peyangga/gudang-gudang distributor yang tersebar di beberapa wilayah di Sumatera dan Jawa baik melalui jalur darat maupun jalur laut. Kemudian PT. Semen Padang juga melakukan pendistribusian semen sesuai permintaan pada masing-masing daerah pemasaran dengan jenis produk yang dihasilkan seperti Semen *Portland* Tipe I, II, III, dan V, *Oil*

Well Cement (OWC), Portland Pozzolom Cement/PPC, dan Portland Composite Cement/PCC.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan magang di perusahaan tersebut untuk melihat secara langsung bagaimana pendistribusian semen, dan dengan judul proposal magang yaitu **“Distribusi Semen Pada PT. Semen Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah pendistribusian semen pada PT. Semen Padang?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan dilaksanakannya magang di PT. Semen Padang adalah untuk dapat mengetahui bagaimana pendistribusian semen pada PT. Semen Padang.

1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat kegiatan Magang ini, yaitu:

1. Bagi PT. Semen Padang

Hasil dari magang ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan perusahaan.

2. Bagi Pembaca

Hasil magang ini diharapkan dapat memberikan salah satu sumbangan dan tambahan pemikiran, serta wawasan bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan khususnya tentang distribusi.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama kuliah dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta dapat mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya, kemudian penulis berkesempatan dalam mendapatkan pengetahuan baru di bidang strategi pemasaran suatu perusahaan.

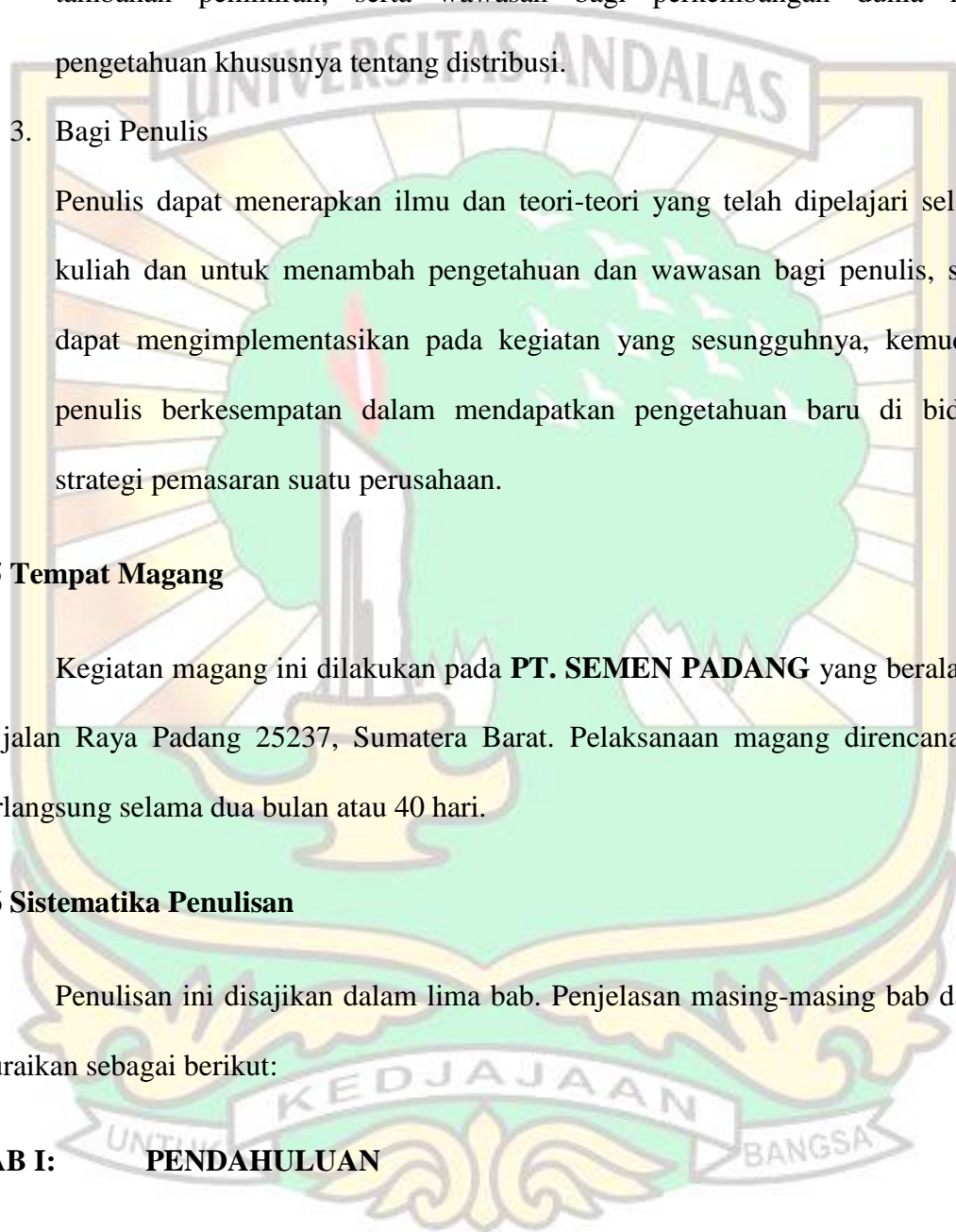
1.5 Tempat Magang

Kegiatan magang ini dilakukan pada **PT. SEMEN PADANG** yang beralamat di jalan Raya Padang 25237, Sumatera Barat. Pelaksanaan magang direncanakan berlangsung selama dua bulan atau 40 hari.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini disajikan dalam lima bab. Penjelasan masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN



Berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, tempat dan waktu magang, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisikan teori-teori yang berkaitan dengan topik yaitu pengertian pemasaran, bauran pemasaran, pengertian distribusi, saluran distribusi, dan tujuan serta fungsi distribusi.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran perusahaan mengenai sejarah singkat perusahaan dan menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan PT. Semen Padang. Uraian ini berisi tentang distribusi semen pada PT. Semen Padang.

BAB IV: PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakan selama magang, yaitu menguraikan tentang bagaimana pendistribusian semen pada PT. Semen Padang.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan magang di PT. Semen Padang.