

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian global berkembang pesat dalam periode saat ini, yang terlihat dari meningkatnya jumlah perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan, industri, perdagangan, jasa, dan sektor lainnya. Artinya, pelaku usaha harus mampu mengembangkan rencana bisnis yang kuat agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Dimana bisnis dapat meningkatkan penjualan sejalan dengan tujuan perusahaan dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut.

Pelaku bisnis bersaing satu sama lain, yang membantu pelanggan dengan menurunkan biaya dan memperluas pilihan produk dan layanan yang tersedia. Alternatif tambahan ini memungkinkan pelanggan untuk memilih barang atau jasa yang sebanding dengan kualitas tertinggi dengan harga yang murah relatif jika dengan barang atau jasa lain yang sebanding harga yang mahal. Namun untuk bersaing dalam perdagangan internasional, para pelaku bisnis harus memiliki keunggulan kompetitif dalam konteks globalisasi yang semakin berkembang. Perekonomian setiap negara sangat bergantung pada perdagangan internasional. Perdagangan internasional kini menjadi syarat penting bagi suatu negara untuk tumbuh di era globalisasi modern, khususnya di bidang ekonomi.

Setiap pelaku bisnis menggunakan pendekatan yang berbeda untuk mencapai tujuannya. Saat membuat rencana perusahaan yang fleksibel dan mudah beradaptasi, diperlukan pemahaman mendalam tentang lingkungan bisnis.

Memahami keinginan dan harapan klien, mengawasi pesaing, dan melakukan analisis pasar secara menyeluruh dapat menjadi dasar yang kuat untuk menciptakan strategi yang berhasil. Terbukti bahwa selera konsumen dan tren historis berubah dengan cepat, dan para pelaku bisnis harus mampu mengenali perubahan ini dan bertindak cepat untuk beradaptasi.

Kreativitas dan orisinalitas sangat penting saat membuat rencana perusahaan. Inovasi harus dilihat oleh dunia usaha sebagai sebuah kebutuhan, bukan sebuah pilihan. Mengembangkan produk inovatif, layanan unggulan, dan proses operasional yang efisien dapat memberikan kelebihan yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya secara signifikan bagi perusahaan. melalui kerja sama untuk memajukan konsep-konsep segar dan inovasi berkelanjutan, baik di dalam maupun di luar organisasi.

Pelaku usaha harus mampu mempromosikan produknya selain memproduksi komoditas untuk mencapai tujuan tersebut. Kenyataannya, aktivitas komersil suatu perusahaan tidak akan tercapai jika hanya bisa membuat barang namun kesulitan dalam mempromosikan produknya. Ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan dipenuhi oleh barang yang mereka butuhkan, maka mereka akan merasa puas, itulah sebabnya fungsi pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan. Mekanisme yang digunakan untuk mendistribusikan produk, reputasi perusahaan, merek atau produk, keluaran staf, dan harga sebanding dengan nilai yang diterima pelanggan semuanya berdampak pada kepuasan pelanggan.

Menurut Fahreza (2024) pemasaran merupakan kegiatan perusahaan dalam

mendapatkan kepercayaan pelanggan, yang melibatkan pemahaman barang apa yang dibutuhkan masyarakat, menetapkan harga produk tersebut, meluncurkan promosi untuk produk tersebut, dan memilih tempat untuk menjual produk tersebut. Untuk tetap kompetitif di dunia yang trennya selalu berkembang, bisnis harus mampu meningkatkan strategi pemasarannya. Salah satu rahasia kesuksesan perusahaan adalah pemasaran yang dapat meningkatkan pendapatan.

Salah satu bagian dalam proses pemasaran adalah distribusi. Betapapun bagusnya barang dan iklan, tanpa distribusi yang efisien, barang tersebut akan tetap menjangkau pengguna akhir. Rantai distribusi kini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, bukan sekadar memangkas biaya. Distribusi adalah proses memindahkan barang-barang di pasar sehingga banyak orang dapat membelinya. Distribusi berfungsi sebagai sarana perpindahan barang dari produsen ke konsumen, sehingga kampanye pemasaran lebih berhasil dan efisien (Sendari, 2020).

Dalam pemasaran produk, operasi distribusi melibatkan banyak pemangku kepentingan yang berkolaborasi satu sama lain, mulai dari produsen hingga pengguna akhir. Hubungan kerja yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan akan memastikan bahwa produk dikirim ke pelanggan secara efisien dan mereka puas dengan layanan yang mereka terima. Selain itu, pelanggan akan memiliki kepercayaan pada bisnis dan menunjukkan loyalitas terhadapnya.

Dengan perkiraan tingkat pertumbuhan sebesar 0,85% pada tahun 2023, industri pengolahan akan menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. dimana PDB (Produk Domestik Bruto) dapat meningkat dengan bantuan industri

pengolahan. Meningkatnya permintaan percetakan menjelang pemilu 2024 berkontribusi pada pertumbuhan permintaan luar negeri industri kertas sebesar 4,52% (Kementerian Perindustrian, 2023). Sektor manufaktur menyumbang USD 186,98 miliar atau 72,74% dari aktivitas ekspor pada tahun 2023. Diantaranya adalah sektor kertas. Menurut survei yang dilakukan oleh Safeuard Global, Indonesia termasuk di antara 10 negara teratas di dunia dalam bidang manufaktur produk, menyumbang 1,4% dari output manufaktur global. (Kemenperin, 2023).

Pulp, tisu, kertas industri, dan kertas budaya semuanya diproduksi oleh PT Indah Kiat Tbk. Langkah pertama dalam operasi komersial IK Perawang antara lain mengubah kayu menjadi pulp dan kertas serta mengubah kertas bekas menjadi kertas industri. Pulp dikenal sebagai bahan mentah yang digunakan untuk membuat kertas industri serta kertas dan tisu. Perusahaan tersebut kini mengoperasikan fasilitas produksi di Provinsi Tangerang-Banten, Serang, dan Perawang-Riau. Sekitar 52% produk perusahaan diekspor pada tahun 2019 sebagian besar ke berbagai negara di Asia, Eropa, Amerika Serikat, Timur Tengah, Afrika, dan Australia—dan 48% lainnya ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar domestik. Usaha ini bergerak dalam bidang perdagangan, kehutanan, dan industri. Saat ini IK Perawang memproduksi pulp dan berbagai barang kertas, seperti kertas tulis dan cetak, kertas fotokopi, kertas industri yang digunakan dalam kemasan (termasuk peti kemas bergelombang yang terbuat dari media bergelombang dan *linerboard*), kertas kemasan makanan, *boxboard*, dan kertas berwarna.

Mengingat luasnya cakupan area pemasaran dan pasar sasaran penjualan

yang dituju oleh IK Perawang yang mana target pasarnya tidak hanya pasar nasional melainkan pasar internasional, maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai. Dimana setiap kali produk di distribusikan dan dipromosikan, akan ada saluran distribusi yang baik dan efektif. Hal ini membuat kuantitas target *customer* akan meningkat seiring dengan peningkatan strategi distribusi yang diterapkan IK Perawang. Produsen harus melihat hasil produksinya dari proses gudang hingga konsumen akhir. Apabila terjadi kesalahan dalam menetapkan strategi distribusi, maka akan menghambat pendistribusian barang sampai ke tangan konsumen. Perusahaan dapat kehilangan kepuasan pelanggan jika mereka salah menentukan strategi distribusi produk mereka. Cara pendistribusian yang baik dan tentunya memadai, mengingat luasnya wilayah pemasaran dan tujuan penjualan yang disasar oleh IK Perawang, dimana target pasarnya tidak hanya pasar nasional namun juga pasar dunia. Dimana akan selalu ada jalur distribusi yang andal dan efisien setiap kali suatu produk dipasarkan dan dipasok. Artinya, ketika IK Perawang lebih banyak menerapkan taktik distribusi, maka jumlah klien yang dituju juga akan bertambah. Dari proses pergudangan hingga pengguna akhir, produsen perlu melihat manfaat dari tenaga kerja mereka. Pendistribusian barang ke tangan pelanggan akan terhambat jika keputusan strategi distribusi yang diambil salah. Jika bisnis menggunakan metode distribusi produk yang salah, mereka berisiko kehilangan pelanggan. Misalnya, berapa lama waktu yang dibutuhkan suatu produk yang sangat dibutuhkan untuk menjangkau konsumen akhir, daripada harus menunggu lama di perusahaan tempat mereka biasanya membeli, hal ini dapat menyebabkan klien berpindah ke perusahaan

pesaing. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian tentang “**Analisis Strategi Distribusi Kertas Pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil suatu rumusan masalah adalah bagaimana kebijakan strategi distribusi kertas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang?

1.3 Tujuan Kegiatan Magang

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam kegiatan magang ini melalui perumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui strategi distribusi kertas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang.

1.4 Manfaat Kegiatan Magang

Dari kegiatan magang ini akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

a. Praktis

Sebagai masukan informasi bagi PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk dalam meningkatkan kemampuan untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain dalam strategi distribusi produk yang dapat meningkatkan volume penjualan terhadap perusahaan. Dengan adanya strategi distribusi yang baik dan efektif konsumen akan puas terhadap perusahaan karena produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan waktu yang tepat. konsumen tidak akan merasa dirugikan karena mereka telah mempercayai dan puas kepada perusahaan tersebut.

b. Teoritis

Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi distribusi dan menambah pengalaman serta pengetahuan penulis dalam meningkatkan kemampuan bersaing di pasar yang sangat ketat saat ini.

1.5 Metode Magang

Metode yang digunakan penulis untuk memenuhi informasi hasil penelitian dengan penulis langsung melihat ke lapangan untuk menyaksikan metodologi penyebaran yang digunakan oleh PT. Indah Kiat Mash & Paper Tbk Perawang. Penulis juga melaksanakan wawancara dengan *manager* promosi di dalam perusahaan untuk mendapatkan data yang lebih tepat, sehingga tidak terjadi miskomunikasi antara penulis dan IK Perawang.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Penulis melakukan penelitian ini pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang, Jl. Raya Minas Perawang Km 26 Desa. Pinang Sebatang Kec. Tualang Kab. Siak, Riau. Kegiatan magang tersebut dilakukan selama selama 40 hari terhitung mulai tanggal 15 Januari Maret 2024 s/d 15 Maret 2024 sesuai dengan persetujuan dari instansi terkait.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan pada laporan magang ini, yaitu hanya berfokus mengenai pendistribusian kertas pada IK Perawang.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas konsep dan teori yang meliputi tentang distribusi yang bersumber dari buku, jurnal dan lain-lain

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang profil perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang, kegiatan yang dilakukan perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan sejarah perusahaan

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas uraian dari analisis strategi distribusi kertas pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang melalui cara penelitian yang dilakukan. Bab ini harus menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini membahas kesimpulan serta saran yang diberikan pada PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang hingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.