

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Semen Padang adalah pabrik semen tertua di Indonesia, yang didirikan pada 18 Maret 1910 dengan nama *NV Nederlansch Indische Portland Cement Maatschappij* (NV NIPCM). Pabrik ini telah beroperasi sejak tahun 1913 dan terus berkomitmen untuk memproduksi semen berkualitas tinggi yang bermanfaat bagi konsumen. Selain itu, PT Semen Padang juga berupaya memproduksi semen dalam jumlah besar untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Produk-produk semen dari PT Semen Padang dipasarkan ke berbagai wilayah, terutama di Pulau Sumatera dan Jawa, yang menjadi daerah pemasaran utamanya.

PT Semen Padang memiliki enam pabrik produksi, yaitu I, II, III, IV, V dan VI. Namun, untuk saat ini, hanya pabrik II, III, dan IV yang masih aktif beroperasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Sementara itu, pabrik VI difungsikan sebagai *over supplier*, yang berperan sebagai cadangan pasokan guna mengantisipasi naik turunnya permintaan untuk memenuhi kebutuhan di wilayah tertentu ketika terjadinya gangguan pasokan dari pabrik utama. Persaingan di pasar semen, khususnya wilayah Sumatera, semakin kompetitif. Bukan hanya produk dari PT Semen Padang, tetapi juga terdapat beberapa merek semen lain seperti Semen Tiga Roda (PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk), Semen Baturaja, dan Semen Merah Putih yang ikut serta dalam merebut hati konsumen. Setiap merek berusaha menawarkan keunggulan baik dari sisi kualitas, harga, maupun

ketersediaan produk. Kondisi ini mendorong setiap produsen semen untuk bersaing lebih ketat dalam memenuhi kebutuhan pasar yang terus meningkat, terutama di wilayah yang sedang aktif melakukan pembangunan.

Peningkatan pembangunan infrastruktur di berbagai wilayah, khususnya di Sumatera Barat, seperti di Kota Padang dan sekitarnya, telah meningkatkan permintaan terhadap semen. Pembangunan berbagai proyek, mulai dari rumah, jalan, jembatan, bendungan, dermaga, hingga gedung bertingkat, sangat bergantung pada pasokan semen yang konsisten dan tepat waktu. PT Semen Padang dapat mengelola proses penyediaan dan distribusi produknya secara optimal, guna memenuhi permintaan pasar.

Manajemen rantai pasok memiliki peran penting dalam memastikan ketersediaan produk di pasar. Menurut Heizer dan Render (2020) menyatakan bahwa manajemen rantai pasok atau (*Supply Chain Management*) adalah koordinasi dari seluruh aktivitas yang terlibat dalam pemasok bahan baku, produksi, hingga distribusi akhir kepada konsumen. Salah satu tujuan utama manajemen rantai pasok adalah menyesuaikan penawaran dan permintaan secara tepat guna menghindari kelebihan maupun kekurangan persediaan yang dapat menurunkan proses kerja perusahaan dan menurunkan laba perusahaan Chopra dan Meindl (2021).

Pengelolaan rantai pasok yang baik membantu perusahaan menghindari dua masalah utama yaitu *overstock* (persediaan berlebih) dan *stockout* (kehabisan stok). Keduanya dapat mengganggu efisiensi operasional dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. *Overstock* dapat menyebabkan pemborosan biaya penyimpanan, risiko

kerusakan produk, serta penumpukan barang yang tidak terserap oleh pasar. Di sisi lain, *stockout* dapat mengakibatkan pelanggan tidak mendapatkan produk yang mereka butuhkan tepat waktu, yang berpotensi mengakibatkan kehilangan pelanggan serta penurunan tingkat loyalitas. Oleh karena itu, penting bagi PT Semen Padang untuk menerapkan pengelolaan rantai pasok yang terstruktur, mencakup perencanaan permintaan, pengelolaan persediaan, hingga pengiriman produk ke berbagai wilayah distribusi.

Secara umum, rantai pasok dalam industri semen dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu rantai pasok hulu (*upstream*) dan rantai pasok hilir (*downstream*). Rantai pasok hulu mencakup seluruh kegiatan yang berkaitan dengan penyediaan bahan baku dan proses produksi semen, seperti penambangan batu kapur, pencampuran bahan, hingga proses pembakaran dan penggilingan. Sementara itu, rantai pasok hilir mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan distribusi produk semen dari pabrik ke gudang distributor, pengencer, hingga sampai ke tangan konsumen akhir, baik kontraktor, pengembang, maupun individu yang melakukan pembangunan.

Pengelolaan rantai pasok di sektor hilir merupakan faktor penentu keberhasilan pasokan semen di pasar. Permasalahan seperti keterlambatan pengiriman, kekurangan stok di gudang distributor, dan ketidaksesuaian data antara sistem pusat dengan kondisi nyata di lapangan adalah suatu tantangan yang cukup sering dihadapi PT Semen Padang dalam menjamin kelancaran *supply* ke konsumen. Ketersediaan semen yang tidak stabil dapat berdampak langsung pada kestabilan proyek-proyek pembangunan yang semakin hari

menunjukkan peningkatan, khususnya di wilayah Sumatera barat. Oleh karena itu, optimalnya pengelolaan rantai pasok hilir menjadi salah satu kunci penting dalam upaya PT Semen Padang untuk menjaga daya saing dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah kompetisi yang semakin ketat di industri semen.

Berdasarkan pengamatan penulis, PT Semen Padang telah melakukan upaya untuk menyalurkan produknya ke berbagai gudang distributor di Sumatera dan Jawa, dengan mempertimbangkan permintaan di masing-masing daerah. Namun, tantangan seperti naik turunnya permintaan, keterlambatan pengiriman, dan ketidaksesuaian data persediaan masih menjadi hambatan dalam menjaga keseimbangan antara stok yang tersedia dan permintaan pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul tugas akhir yaitu, **“Pengelolaan Rantai Pasok PT Semen Padang untuk Mencegah Overstock dan Stockout.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di uraikan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Upaya PT Semen Padang dalam mencegah terjadinya overstock dan stockout?

1.3 Tujuan Masalah

Adapun tujuan dilaksanakannya magang di PT. Semen Padang adalah untuk dapat

mengetahui bagaimana Upaya PT. Semen Padang dalam mencegah terjadinya *overstock* dan *stockout*.

1.4 Metode Penelitian

Untuk memperoleh hasil dari apa yang penulis harapkan dan menuju kesempurnaan dalam penulisan proposal ini, maka sesuai dengan permasalahan yang telah ditetapkan, penulis menggunakan berbagai metode guna mendapatkan data-data yang penulis perlukan yang terdiri dari:

1. Penelitian lapangan (Observasi dan Wawancara)

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian secara langsung ke lapangan dalam bentuk praktek kerja lapangan atau magang, guna memperoleh data pada pihak-pihak yang terkait dengan pencegahan *overstock* dan *stockout* di PT Semen Padang.

2. Penelitian Kepustakaan

Menggunakan buku sebagai referensi untuk menganalisa hal-hal yang dibahas dalam tulisan ini, sehingga diperoleh perbandingan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada dan juga memperkuat dasar pembahasan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk menadapatkan gambaran dalam penulisan laporan ini, maka berikut sistematika pembahasannya.

BAB I: PENDAHULUAN

Menyajikan secara ringkas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan pelaksanaan magang, manfaat pelaksanaan magang, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Mengemukakan teori-teori yang berkaitan dengan topik yaitu pengertian pemasaran, bauran pemasaran, pengertian *supply chain managment*, distribusi, dan tujuan serta fungsi distribusi yang bersumber dari buku, internet, dan referensi lainnya.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan aspek-aspek umum terkait PT Semen Padang, meliputi profil perusahaan, visi, misi, struktur organisasi, serta deskripsi tugas dan fungsi masing-masing bidang dalam PT Semen Padang.

BAB IV: PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil atau data yang diperoleh selama magang, khususnya mengenai rantai pasok di PT Semen Padang.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan magang.