

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan ekonomi saat ini semakin pesat perjalanannya, berbagai cara untuk menghadapi perkembangan dan kendala yang ada, hal ini membuat para pelaku ekonomi dihadapkan dengan kondisi lingkungan bisnis yang semakin meningkat. Maka dari itu dituntut para pelaku ekonomi agar dapat mempertahankan kemampuan merek dalam bersaing maupun keunggulan produk yang mereka miliki.

Tanpa daya saing tinggi, maka akan sulit bagi para pelaku ekonomi tersebut untuk dapat bertahan di lingkungan bisnis saat ini. Sebagai salah satu pelaku ekonomi, perusahaan harus memiliki beberapa keunggulan strategis, salah satunya adalah keunggulan dalam strategi penjualan hasil produknya. Perusahaan harus memiliki penjualan barang dan jasa dengan harga pokok produksi dan penjualan yang dapat meningkatkan daya saing penjualan produksinya, sehingga laba yang diperoleh akan meningkat.

Faktor sumber daya manusia merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan sebab dengan personil yang produktif dan berkomitmen, maka perusahaan akan memiliki value bagi customer. Dalam hal ini perusahaan harus dapat mengelola

dan mengendalikan secepatnya dampak-dampak yang terjadi akibat keputusan dan kebijakan yang dilaksanakan, untuk meraih penjualan yang optimal PT. Semen Baturaja (Persero) melaksanakan sistem penjualan secara kredit sistem ini dipandang layak merupakan strategi yang dapat meningkatkan penjualan selain melalui penjualan secara tunai, namun sejauh mana pengaruh terhadap efektifitas kegiatan perusahaan dan beberapa kendala/resiko yang harus dihadapi oleh perusahaan harus secepatnya diselesaikan agar tidak berpengaruh terhadap jalannya kegiatan perusahaan.

Setiap akhir tahunnya PT. Semen Baturaja (Persero) di Bandar Lampung dapat melihat seluruh volume penjualannya dan data tersebut merupakan acuan atau bahan perbandingan dengan periode sebelumnya apakah naik atau turunnya penjualan tahun ini.

Tabel. 1 Hasil penjualan PT. Semen Baturaja di Bandar Lampung
(Tahun 2009/2010)

Tahun	Semester	Penjualan	Rcalisasi penjualan (Ton)	Target Penjualan (Ton)	Pencapaian Target (%)
2009	I	133.356,03	318.163,69	326.117,78	97,6
	II	184.807,66			
2010	I	100.513,80	281.950,36	343.568,62	82,06
	II	181.436,56			

Cara termudah berfikir tentang sifat dasar dan peran kegiatan menjual adalah dengan melihat fungsinya dengan memperoleh penjualan. Ini merupakan proses yang kompleks menyangkut penggunaan serangkaian prinsip-prinsip, teknik-teknik, dan keterampilan perorangan yang mendasar secara menyeluruh serta mencakup berbagai jenis tugas menjual yang luas. Peran kegiatan menjual tidak hanya semata-mata menjual tetapi dapat juga memberikan umpan balik informasi dari pelanggan ke perusahaan, terutama informasi mengenai keunggulan produk.

Kebijakan pemasaran berguna untuk menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi disekitar lingkungan perusahaan, agar perusahaan dapat melaksanakan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien, sehingga perusahaan memperoleh keuntungan yang optimal.

Disamping itu pemasaran dapat memiliki makna :

1. Adanya kegiatan manusia
2. Untuk memperlancar serta menyempurnakan pertukaran
3. Ada yang dipertukarkan
4. Adanya pembelian dan penjualan

Perusahaan dalam melaksanakan suatu kegiatan dalam upaya mencapai tujuan yang diharapkan, memerlukan adanya manajemen yang baik. Untuk mengelola berbagai aktifitas pemasaran diperlukan suatu upaya dan keterampilan yang tercakup dalam manajemen pemasaran.

Kebijakan pemasaran pada PT. Semen Baturaja (Persero) di Bandar Lampung yaitu :

1. Kebijakan Produk

Perusahaan Semen Baturaja (Persero) pabrik Panjang memproduksi semen tipe I, yang umumnya diproduksi oleh beberapa perusahaan semen di Indonesia, semen ini umumnya digunakan sebagai bahan bangunan yang digunakan masyarakat.

Perusahaan Semen Baturaja (Persero) pabrik Panjang selain memproduksi semen dalam sak (*Bag*) juga memproduksi semen curah (*Bulk*), di pabrik juga melakukan pembuatan kantung semen.

Pengendalian Mutu Produk

PT. Semen Baturaja (Perseo) memproduksi Semen Portland jenis I dengan SNI-152049-94, dan agar mutu semen senantiasa konstan memenuhi standar, pada proses produksi dilakukan pemantauan secara berkesinambungan.

Pengendalian mutu dilakukan di Laboratorium dimulai di Baturaja sejak kapur dihimpun untuk digiling, bersama material lainnya yang akan diproses dengan menggunakan *X-Ray Analyzer* dan computer (*ZCX-System*). Pemantauan atas material selama dalam prosesing serta hasil produk berupa terak.

Pemantauan berlanjut, baik atas terak yang dikirim dari pabrik Batu Raja maupun Gypsum (material campuran) untuk digiling. Kemudian pemantaun hasil akhir dilakukan setiap jam atas semen yang diproduksi.

Pengendalian mutu juga dilakukan secara periode di Laboratorium Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Bahan dan Barang teknik di Bandung, baik atas semen yang dihasilkan pabrik di Panjang, Palembang dan Baturaja maupun yang telah beredar dipasar.

Sejak tahun 1997 PT. Semen Baturaja (Persero) sudah menerapkan dan memperoleh Sertifikat Sistem Manajemen Mutu ISO 9002.

Adapun bahan baku dan pembantu dalam pembuatan semen pada PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik panjang, yaitu :

- Batu kapur : Deposit di Baturaja
- Tanah liat : Deposit di Baturaja
- Pasir Silika : Deposit disekitar Baturaja
- Pasir Besi : PT. Aneka Tambang Cilacap
- Gypsum : Import dari Thailand
- Kertas Kantong : PT. Kertas Kraft Aceh dan Korea Selatan
- Batubara : PT. Bukit Asam Tanjung enim
- Bahan Bakar : Pertamina

Bahan-bahan diatas diangkut menggunakan kereta api dan truk sampai ke pabrik Panjang, kemudian bahan tersebut diolah untuk dibuat semen dan diuji di laboratorium sebelum dipasarkan. Semen yang keluar dari pabrik panjang sebagian akan dikirim ke B4P (Balai Besar Penelitian dan Pembangunan Industri Bahan dan Barang teknik) di Bandung sebagai sampel. Kapasitas produksi semen Baturaja Pabrik Panjang yaitu 1.250.00 ton/tahun.

2. Kebijakan Harga

Menurut Philip Kotler, (2000 : 41) :

“Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk”.

Harga adalah salah satu unsur yang sangat penting dalam usaha memasarkan suatu produk. PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik panjang menetapkan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diinginkan serta faktor keunggulan baik dari segi mutu, kualitas, ketersediaan, dan perkembangan pasar yang mempengaruhi dalam penetapan harga. Terdapat perbedaan harga yang diberikan kepada Distributor dengan harga pengecer juga termasuk beberapa proyek besar dimana dibutuhkan terjaminnya ketersediaan semen dalam jumlah banyak dan cepat dalam pendistribusiannya.

Tabel.2 Harga Rata-rata Semen Baturaja (Persero) Di Bandar Lampung Periode Tahun 2012

Lokasi	Merk Semen	HJD	HET
Bandar Lampung	Batru Raja	60.000	63.000
	Padang	57.000	58.000
	Bosoa	55.000	57.000

Sumber PT. Semen Baturaja (Persero) Pabrik Panjang, 2012

Keterangan :

HJD : Harga Jual Distributor

HET : Harga Eceran Toko

Dari Tabel.2 dapat dilihat dari harga rata-rata semen Batu Raja lebih tinggi dibandingkan harga yang ditawarkan pesaingnya, hal ini cenderung disebabkan beberapa keunggulan Semen Baturaja sendiri baik dari segi ketersediaan, kualitas, dan Semen Baturaja sendiri di Lampung sudah dikenal seperti produk dalam/daerah setidaknya memberikan retribusi atau pajak untuk daerah Lampung.

3. Kebijakan Promosi

Menurut Basu Swasta DH dan Irawan (2000 : 349) :

“Promosi adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang/organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Dalam usahanya meningkatkan penjualan tidak lepas dari kegiatan promosi.

Tabel.3 Daftar Biaya Promosi PT. Semen Baturaja (Persero) Pabrik Panjang Periode 2009-2010

Tahun	Triwulan	Biaya Promosi (Rp)
2009	I	1.800.000
	II	4.200.000
	III	2.500.000
	IV	1.500.000
2010	I	2.000.000
	II	4.000.000
	III	2.200.000
	IV	1.800.000

Sumber : PT. Semen Baturaja (Persero) Pabrik Panjang tahun 2011

4. Kebijakan Distribusi

Menurut Philip Kotler (2000 : 126) :

“Saluran Distribusi adalah berbagai kegiatan pemasaran untuk membuat produknya terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran”.

Tabel.4 Biaya Distribusi Semen Pada PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik panjang di Bandar Lampung pada tahun 2010

Bulan	Biaya Distribusi (Rp,-)	Presentase (%)
Januari	27.568.060	-
Februari	24.936.890	-9,54
Maret	21.143.260	-15,21
April	20.776.900	-1,73
Mei	24.463.810	17,74
Juni	26.463.810	8,13
Juli	30.067.140	13,65
Agustus	28.930.100	-3,78
September	39.188.670	35,45
Oktober	34.180.660	-12,77
November	17.715.570	-48,17
Desember	31.353.590	76,98
Rata - rata	27.231.547	5,25

Sumber, PT. Semen Baturaja (Persero) Pabrik Panjang, tahun 2011

Dari Tabel.4 Tersebut dapat kita amati bahwa pada tahun 2010 perusahaan hanya mengeluarkan biaya distribusi rata-rata Rp. 27.231.547 perbulannya.

PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik panjang dalam memasarkan produknya menggunakan 1 cara yaitu tidak langsung atau melalui distributor.

Bagan distribusi semen sampai ketangan konsumen atau proyek:

1. Pabrik → Distributor Wilayah → Distributor → Konsumen
2. Pabrik → Distributor Wilayah → Distributor → Pengecer Konsumen
3. Pabrik → Distributor Wilayah → Distributor → Proyek

Setiap bulannya ada konsumen yang mengadu ke Kepala Bagian Pemasaran bagian *monitoring*. Untuk memecahkan permasalahan yang ada maka diadakan evaluasi.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang dihadapi oleh PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik Panjang adalah wilayah pemasaran yang menjadi salah satu penyebab terjadinya ketidakefisienan distribusi semen PT. Semen Baturaja (Persero) pabrik Panjang di Bandar Lampung. Hal ini disebabkan karena perusahaan ingin mengembangkan pemasaran produknya ke berbagai daerah di Provinsi Lampung, namun kurang kokoh dalam mempertahankan daerah pemasaran yang telah dimiliki. Hal ini membuahkan dengan terjadinya kelangkaan semen di daerah-daerah tertentu sehingga ketidakefisienan dalam distribuisinya, serta persaingan dari produk sejenis lain yang semakin ketat.

Masalah yang akan diangkat dalam penulisan ini yaitu “Sistem saluran Distribusi pada PT. Semen Baturaja (Persero) cabang Panjang”.

1.3 Tujuan Penulisan

- 1.3.1 Untuk mengetahui strategi saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Semen Baturaja (Persero) di Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penulisan

1.4.1 Dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada PT. Semen Baturaja (Persero) dalam melaksanakan kegiatan penjualan