

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu tujuan negara Indonesia adalah mensejahterahkan masyarakatnya. Kesejahteraan masyarakat berkaitan erat dengan pembangunan ekonomi. Negara Indonesia memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang cukup besar untuk mewujudkan kesejahteraan tersebut.

Salah satu kebijakan pemerintah adalah dengan memberikan kemudahan bagi pemilik modal atau investor untuk mengembangkan usahanya dibidang industri, baik industri peralatan fisik maupun industri makanan, minuman yang bersifat dikonsumsi masyarakat. Peluang yang diberikan pemerintah ini dimanfaatkan oleh PT. Tigaraksa Satria Tbk jalan Graha Sucofindo, Lt. 14 Jl. Raya Pasar Minggu Kav.34 Pancoran-Jakarta Selatan.

Perusahaan ini berproduksi dibidang makanan dan alat-alat rumah tangga yang dibutuhkan oleh masyarakat mulai lapisan atas sampai masyarakat dipedesaan. Sebagai sebuah perusahaan yang mempunyai misi untuk berkembang secara baik disuatu sisi dan memenuhi kebutuhan masyarakat disisi lain maka perusahaan ini membuka saluran pemasaran diberbagai kota yang dianggap mampu memasarkan produk-produk yang dihasilkannya seperti di Provinsi Sumatera Barat, Jawa Barat dan beberapa provinsi lainnya diwilayah Timur Indonesia.

Karena perusahaan-perusahaan yang berprofesi sebagai saluran pemasaran hanya berperan sebagai distributor dan perusahaan PT. Tigaraksa Satria Tbk membuat jaringan-jaringan pemasaran dalam bentuk pembagian keuntungan.

Untuk memperoleh hal tersebut perusahaan-perusahaan saluran pemasaran harus melakukan promosi produk agar produk PT. Tigaraksa Satria bisa dikenal dan dirasakan pemanfaatannya oleh masyarakat pengguna hasil produksi tersebut. Seperti halnya di kota Padang usaha saluran pemasaran ini ditangani oleh dua perusahaan besar yaitu PT. Irama Zaman Sejahtera dan CV. Jaya Subur Abadi. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan sebagai cabang sub-distributor tentu memerlukan kegiatan promosi baik melalui media elektronik ataupun media cetak.

Berkaitan dengan latar belakang di atas dibandingkan kebutuhan masyarakat akan produk ini dengan pengalokasian hasil produk dari PT. Tigaraksa Satria Tbk pusat belum berimbang sehingga banyak perusahaan yang ingin menjadi sub-distributor tidak diberi kesempatan dan dengan itu maka penulis ingin melakukan penulisan tentang **“Strategi Aktivitas Saluran Pemasaran Pada PT. Tigaraksa Satria Tbk Cabang Padang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari penjelasan diatas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah strategi aktivitas saluran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Tigaraksa Satria Tbk Cabang Padang?

2. Kendala apa yang ditemui dalam aktivitas saluran pemasaran pada PT. Tigaraksa Satria Tbk Cabang Padang?
3. Upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang ditemui dalam aktivitas saluran pemasaran pada PT. Tigaraksa Satria Cabang Padang?

### **1.3 Tujuan Kegiatan**

Adapun tujuan kegiatan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi aktivitas saluran pemasaran pada PT. Tigaraksa Satria Tbk Cabang Padang.
2. Untuk mendapatkan solusi dari kendala saluran pemasaran pada PT. Tigaraksa Satria Tbk Cabang Padang.

### **1.4 Manfaat Kegiatan Magang**

Adapun manfaat dari kegiatan magang ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya kegiatan magang ini, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meninjau ulang atau mengevaluasi apa yang telah dilakukan perusahaan selama aktivitas perusahaan berlangsung, serta meningkatkan citra baik perusahaan di mata pelanggannya.

2. Bagi Penulis

Melalui pembuatan laporan magang ini, penulis dapat menambah ilmu pengetahuannya dari lapangan berdasarkan ilmu akademis yang didapatkan dalam perkuliahan dan mengimplementasikan ilmu tersebut dengan baik.

### 3. Bagi Pembaca

Dengan adanya laporan magang ini, pembaca dapat mengetahui permasalahan yang timbul dan bagaimana pemecahannya.

## **1.5 Tempat dan Waktu Magang**

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada PT. Tiga Raksa Satria Tbk Cabang Padang yang beralamat di jalan Kampung Jua 1 By Pass Lama Lubuk Begalung 25225 Padang, Sumatera Barat. Padang phone : 0751-765618 atau 0751- 767447. Fax : 0751-63017. Magang dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 2013 sampai 18 Juli 2013 (40 hari kerja).

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk lebih terarahnya penulisan laporan magang, penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab yaitu :

### **Bab I : Pendahuluan**

Menggambarkan tentang latar belakang, tujuan magang, manfaat magang, serta sistematika pembahasan.

### **Bab II : Landasan Teori**

Menguraikan secara teoritis tentang konsep pemasaran dan saluran distribusi.

### **Bab III : Gambaran Umum Perusahaan**

Membahas secara ringkas tentang sejarah singkat perusahaan.

#### **Bab IV : Pembahasan**

Membahas mengenai kegiatan saluran pemasaran pada PT. Tiga Raksa Satria Tbk Cabang Padang dan hasil yang diperoleh dari kegiatan magang.

#### **Baba V : Penutup**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.