

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, memiliki dampak yang luas disegala bidang. Salah satu bidang yang paling terkena dampaknya adalah sektor perekonomian. Bidang perekonomian memegang peranan penting dalam menunjang bidang-bidang yang lainnya, baik itu dalam aspek sosial, politik, pemerintahan, pertahanan dan keamanan serta kesejahteraan masyarakat.

Sebuah negara yang memiliki sistem perekonomian yang kuat akan mampu bersaing dengan negara-negara maju lainnya didunia. Indonesia sebagai negara yang kaya dan potensial akan sumber daya alamnya, harus dikelola dengan baik sehingga mampu menunjang bidang perekonomian. Dewasa ini perkembangan sektor perekonomian di Indonesia khususnya dunia usaha, baik yang dikelola pihak pemerintah maupun swasta sudah menunjukkan hasil yang cukup menggembirakan, terutama perkembangan perekonomian Indonesia pasca krisis.

Perusahaan sebagai pelaku dunia usaha dituntut harus mampu mengembangkan suatu rencana strategis pengembangan usaha terutama dalam menyikapi persaingan yang terjadi, untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dalam skala jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang.

Untuk mencapai tujuan tersebut disadari bahwa tujuan pemasaran sangat diperlukan yaitu untuk membuat perusahaan memperoleh apa yang

menjadi tujuan perusahaan. Merancang sistem saluran distribusi dalam aspek strategi pemasaran adalah hal yang penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, yang mana strategi pemasaran merupakan cara untuk mengetahui faktor-faktor yang dikendalikan dan yang tidak dapat dikendalikan agar dapat memperoleh keunggulan bersaing, meningkatkan volume penjualan dan laba perusahaan yang maksimal.

Setiap perusahaan yang ingin memasarkan produknya kepada konsumen maka tidak dapat dipisahkan dari kegiatan saluran distribusi, tanpa ada kegiatan distribusi tidak akan ada penyaluran hasil produksi kepada konsumen. Kegiatan saluran distribusi, mempunyai peran yang cukup besar dalam meningkatkan pendapatan penjualan. Saluran distribusi dianggap penting karena distribusi merupakan ujung tombak kemajuan perusahaan. Saluran distribusi ini berguna untuk menyalurkan barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdirinya PT. Astragraphia berawal pada tahun 1971 di-bawah naungan PT. Astragraphia Internasional bernama Divisi Xerox selanjutnya berkembang dan memisahkan diri untuk berdiri sendiri menjadi PT. Astragraphia pada tahun 1976. Pada tahun 1976 inilah Fuji Xerox Jepang menunjuk PT. Astragraphia sebagai distributor tunggal di Indonesia untuk menyalurkan produk-produknya. PT. Astragraphia yang bergerak dalam bidang memasarkan dan melakukan jasa layanan purna jual mesin foto copy Xerox secara eksklusif diseluruh Indonesia. PT. Astragraphia berkantor pusat di Jakarta sampai sekarang ini mempunyai 20 kantor cabang dan 47 depo.

Dari uraian di atas maka penulis merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut sebuah laporan tentang PT. Astragraphia yang berjudul **“AKTIVITAS SALURAN PEMASARAN MESIN FOTO COPY XEROX PADA ASTRAGRAPHIA PADANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan di atas maka rumusan masalahnya adalah, Bagaimanakah aktivitas saluran pemasaran mesin foto copy xerox yang dilakukan oleh PT. Astragraphia di Padang?

1.3 Tujuan Kegiatan

Untuk dapat mengetahui bagaimana aktivitas saluran pemasaran mesin foto copy Xerox yang dilakukan oleh PT. Astragraphia di Padang.

1.3 Manfaat Kegiatan Magang

Adapun manfaat dari kegiatan magang ini adalah :

1. Bagi perusahaan, kegiatan magang ini dapat dijadikan sebagai analisa dan pertimbangan dan juga meningkatkan penjualan dan kinerja dari perusahaan itu sendiri.
2. Bagi penulis, kegiatan magang ini sangat bermanfaat, selain dalam teori ekonomi yang telah dipelajari di kampus, juga sebagai pembuktian dan penerapan terhadap ilmu itu sendiri dalam dunia kerja.

3. Bagi pembaca, kegiatan magang ini akan menambah wawasan dan pengetahuan pembaca tentang aktivitas saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Astragraphia Padang tersebut.

1.4 Tempat dan Waktu Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada PT. Astragraphia di Padang yang beralamat di jalan Beringin No.53 Lolong Padang, selama 40 hari kerja terhitung mulai tanggal 3 Juni 2013 sampai 18 Juli 2013.

1.5 Sistematika Laporan Magang

Dalam mempermudah penulisan laporan magang ini, maka penulisan sistematika laporan adalah :

BAB I : Pendahuluan

Berisi latar belakang, tujuan dan manfaat magang.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai konsep pemasaran dan saluran distribusi.

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini penulis menguraikan gambaran umum perusahaan berisikan sejarah singkat perusahaan.

BAB IV: Pembahasan

Dalam bab ini berisikan laporan mengenai aktivitas saluran pemasaran pada PT. Astragraphia Padang.

BAB V: Penutup

Mengemukakan kesimpulan dan saran.