



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEMEN PADA
PT. SEMEN PADANG DI WILAYAH SUMATERA BARAT**

Oleh :

DEBBY NOFRAN
06 954 003

Mahasiswa Program SI Jurusan Manajemen

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**PADANG
2009**

	No. Alumni Universitas	DEBBY NOFRIAN	No. Alumni Fakultas
	Biodata		
<p>A). Tempat/Tgl Lahir : Lubuk Sikaping / 20 November 1984 B). Nama Orang Tua: Syofyan Azhari, Dan Yetty Zein C). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Ekstensi D). Jurusan : Manajemen E). No. Bp : 06 954 003 F). Tanggal Lulus : 21 Februari 2009 G). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan H). IPK : 3,20 I). Lama Studi : 2 Tahun 6 bulan (Intake DIII) J). Alamat Orang Tua : Jl. Duku No. 87 HO III Inderung 25237 Padang</p>			




**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEMEN PADA PT. SEMEN PADANG
DI WILAYAH SUMATERA BARAT**

Skripsi S -1 oleh Debby Nofrian, Pembimbing : Prof. Dra. Hj. Yusniar Ilyas

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran apa yang tepat yang digunakan oleh PT. Semen Padang dalam meningkatkan jumlah penjualan di wilayah Sumatera Barat. Penelitian menggunakan analisis SWOT dan marketing mix. Analisis SWOT dilakukan untuk mencari strategi alternatif dan faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bagi perusahaan. Sedangkan marketing mix sebagai elemen dasar strategi pemasaran dan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa perusahaan perlu menerapkan penetrasi pasar dengan meningkatkan aktivitas promosi serta penetapan harga yang lebih rendah dari pesaing. Perusahaan juga harus melakukan pengembangan pasar melalui pasar program personal selling serta sosialisasi dan promosi ke wilayah pasar potensial.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : **21 Februari 2009**, dengan penguji :

Tanda Tangan	1 	2 	3 
Nama Terang	Prof. Dra. Hj. Yusniar Ilyas	Drs. Alimunir, MM	Drs. Djasmi Ilyas

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen : **DR. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
Nip. 132 164 008


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semen adalah salah satu komoditi strategis. Selain sangat penting untuk mendukung pembangunan fisik seperti gedung-gedung perkantoran, perumahan, dan jalan-jalan, komoditi ini juga telah menampakkan potensinya sebagai komoditi ekspor non migas yang cukup tangguh, bahkan mampu bertahan ketika krisis ekonomi berlangsung.

Kebijakan pemerintah umumnya mendukung investasi pada industri semen. Saat ini industri semen tidak termasuk kedalam daftar negatif investasi. Harga ditetapkan berdasarkan mekanisme pasar, bebas kuota ekspor dan bebas biaya masuk impor.

Prospek permintaan semen di dalam negeri akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Ini disebabkan tingkat konsumsi berkorelasi dengan kinerja sektor konstruksi, yang pada dasarnya berkaitan dengan laju pertumbuhan ekonomi.

Selain diproduksi pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN), semen di Indonesia juga diproduksi oleh swasta. Kini semen diproduksi oleh lima produsen BUMN (PT. Semen Gresik, PT. Semen Padang, PT. Semen Tonasa, PT. Semen Baturaja, dan PT. Semen Kujang) dan empat produsen swasta (PT. Indocement Tungal Perkasa, PT. Semen Cibinong, PT. Semen Andalas Indonesia dan PT. Semen Bosowa Maros).

PT. Semen Padang memproduksi berbagai macam tipe kualitas semen, tiap tipe yang diproduksi memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan, yaitu :

- Portland Cement Type I

Semen ini digunakan untuk keperluan konstruksi umum yang tidak memerlukan persyaratan khusus yaitu :

- Tidak memerlukan ketahanan sulfat
- Tidak memerlukan persyaratan panas hidrasi
- Tidak memerlukan kekuatan awal yang tinggi

Kegunaan : gedung, jembatan, jalan raya, rumah pemukiman

- Portland Cement Type II

Semen ini digunakan untuk keperluan konstruksi yang memerlukan persyaratan : tahan terhadap sulfat sedang yaitu terhadap air tanah yang mengandung sulfat antara 0,8-0,17 % atau dinyatakan mengandung $SO_2 + 125$ ppm.

Kegunaannya : dermaga, bendungan, bangunan ditanah berawa, bergambut dan tepi pantai.

- Portland Cement Type III

Semen ini digunakan untuk keperluan konstruksi yang memerlukan kekuatan awal yang tinggi pada fase pemulaan setelah pengikatan terjadi.

Kegunaannya : pembuatan jalan beton, landasan lapangan udara, bangunan tingkat tinggi, bangunan dalam air yang tidak memerlukan ketahanan terhadap sulfat.

BAB VI

PENUTUP

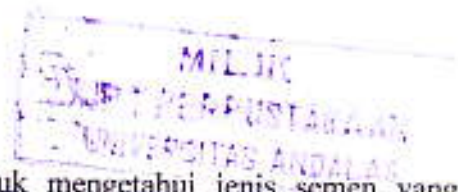
6.1 Kesimpulan

PT. Semen Padang merupakan salah satu industri semen yang terdapat di provinsi Sumatera Barat. Dalam perkembangannya perusahaan ini menghadapi suatu masalah, yaitu terjadinya penurunan volume penjualan dan market share di wilayah Sumatera Barat. Hal ini dapat terjadi karena munculnya perusahaan semen lain yang menjadi pesaing langsung PT. Semen Padang di wilayah pemasaran Sumatera Barat. Perusahaan semen itu adalah PT. Indocement Tunggul Perkasa dan PT. Holcim Indonesia. Dimana PT. Indocement Tunggul Perkasa sebagai salah satu pesaing PT. Semen Padang telah berhasil merebut 8,90% pangsa pasar semen di Sumatera Barat pada tahun 2007.

Menanggapi situasi persaingan semen di Sumatera Barat tersebut, penulis telah mencoba menganalisa indikator apa saja yang menjadi penyebab terjadinya penurunan volume penjualan dan market share PT. Semen Padang di wilayah pemasaran Sumatera Barat.

Adapun ancaman dan kelemahan yang ada pada PT. Semen Padang adalah :

1. Bertambahnya merek semen lain di pasar.
2. Rendahnya pengetahuan masyarakat untuk mengetahui jenis semen yang sesuai dengan kebutuhan.
3. Adanya peraturan pemerintah tentang lingkungan .
4. Kelangkaan bahan baku.
5. Harga eceran yang cukup tinggi.



DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-6 . Terjemahan Drs. Alexander Sindoro*. Jakarta , Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-6. Terjemahan Drs. Jaka Wasana*. Jakarta. Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 1998. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Barney. 1992. *The Management Of Organization ; Strategy-Structure-Behavior. USA*. Hought Mifflin Company.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehanllindo.
- Stanto, William J. 1994. *Fundamentals of Marketing*. Mc Graw-Hill.
- Swastha, Basu. 1998. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta. Liberty.
- Arlim, Dwi Wahyuni. 2006. *Analisis Strategi Pemasaran Teh Kajoe Aro Pada PT. Perkebunan Nusantara VI (Persero)*. Skripsi Manajemen.
- Fitri, Rahmel. 2005. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Millennium Danatama Sekuritas Cabang Padang*. Skripsi Manajemen.