**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Menghadapi pasar bebas perkembangan didunia perekonomian saat ini berkembang sangat pesat dan sangat masif dari waktu ke waktu saling beradu memasarkan produk atau barang dipasaran lokal maupun global. Tidak sedikit dan banyak perusahaan yang muncul dengan menawarkan produk dengan berinovasi bentuk dan jumlah yang beraneka ragam untuk bersaing dipasaran dengan kompetitor. Perusahaan harus sangat fokus dan jeli pada kebutuhan konsumen demi kepuasan customer untuk meningkatkan laba. Kepuasan konsumen ditentukan oleh produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, kualitas yang ditawarkan, dan tentunya penyaluran distribusi yang diterima konsumen sesuai keinginan tepat waktu dan tepat guna dengan jumlah dan kualitas sesuai standar yang diterapkan dan tentunya diinginkan pasar.Perusahaan dituntut wajib untuk lebih berinovasi dalam mengembangkan usahanya agar dapat memenuhi kebutuhan pasar atau permintaan konsumen dan bersaing dipasaran dengan kompetitor agar dapat memenangkan pasaran dan merebut hati konsumen. Melalui perencanaan dan waktu yang tepat, perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen saat membutuhkan produknya. Hal ini berperan penting dalam membina hubungan baik antara perusahaan dan konsumen karena faktor penentu keberhasilan perusahaan terletak pada kepuasan konsumen dalam menggunakan produknya.

Industri Pelumas memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi perekonomian nasional (Indonesia). Hal ini terjadi karena potensi bisnis pelumas yang terus berkembang dan terus meningkat. Mengikuti perkembangan dan trend industri manufaktur, kendaraan bermotor serta industri transportasi di Indonesia. Sejak berlakunya Keppres No.21 Tahun 2001 tentang penyediaan dan pelayanan Pelumas, mengubah posisi monopoli Pertamina dan pelumas otomotif menjadi pasar bebas bagi perusahaan pelumas untuk memulai bisnis pelumas otomotif. Pertamina yang sebelumnya memiliki market share 90% tergerus menjadi 60% penguasaan pangsa pasar pelumas di Indonesia. Bahkan menurut data Retail Marketing Manager Lubricants Business Unit Tahun 2012 pangsa pasar pelumas Pertamina untuk roda 2 hanya 30-33%. Sehingga dapat dikatakan peminat dan konsumen potensial pelumas Pertamina sangat banyak jumlahnya. Hal ini tidak terlepas dari jumlah kendaraan bermotor yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan.

Pemilihan saluran distribusi yang ditentukan oleh PT Pertamina Lubricants merupakan pola pembelian konsumen, sifat dan corak pasar, produk yang bersangkutan, perantara, dan perusahaan itu sendiri. PT Pertamina Lubricants perlu mengetahui menggunakan saluran distribusi yang tepat bisa diukur dari efisiensi saluran yang digunakan yaitu dengan melihat hasil yang dicapai. Dengan pengertian apakah dengan menggunakan saluran distribusi tersebut perusahaan telah mencapai targetnya atau mencapai volume penjualan yang menguntungkan. Target yang telah dicapai dan volume meningkat maka sudah dapat dipastikan strategi yang dilaksanakan sudah efektif dan efisien. Saluran distribusi yang diterapkan PT Pertamina Lubricants sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan, karena banyak sedikitnya produk yang sampai ketangan konsumen ditentukan oleh perantara yang merupakan penghubung dari produsen ke konsumen. Banyaknya perantara yang digunakan, maka produk juga akan semakin menyebar ke berbagai wilayah konsumen. Sehingga mudah didapatkan oleh konsumen dimana ia tinggal. Dengan demikian ketepatan dalam distribusi mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini mendorong penulis untuk membuat Tugas Akhir yang berjudul **“PRAKTEK PENDISTRIBUSIAN PRODUK PELUMAS PT. PERTAMINA LUBRICANTS MOR IV SEMARANG”**

**1.2 Ruang Lingkup Penulisan**

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis akan membahas mengenai proses distribusi produk pelumas pada PT Pertamina Lubricants di Kantor Unit dan Depot Supply Point (DSP) Semarang meliputi :

1. Pengadaan Produk

2. Proses Logistik

3. Pendistribusian Produk

4. Pemasaran Produk

5. Distributor

6. Transportir

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan**

**1.3.1 Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penyusunan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui jenis saluran distribusi yang digunakan oleh PT.Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.
2. Untuk mengetahui jenis pemasaran yang digunakan oleh PT.Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.
3. Untuk mengetahui prosedur distribusi yang digunakan oleh PT.Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.
4. Untuk mengetahui alur pemasarn produk di Kantor Unit di PT Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.
5. Untuk mengetahui pengelolaan distribusi di Depot Supply Point (DSP) Pengapon Semarang.
6. Untuk membantu pembaca mengetahui lebih jauh tentang pelumas PT. Pertamina Lubricants dan kegunaanya.
7. Untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dalam menyusun Tugas Akhir ini mengenai Prosedur Strategi Pemasaran dan Proses Pendistribusian pada PT Pertamina (Persero) MOR IV Semarang.

**1.3.2 Kegunaan Penulisan**

Kegunaan dari penyusunan penulisan ini adalah :

1. Bagi Pembaca

* Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai produk pelumas Pertamina Lubricants pola distribusinya, pemasaran dan manfaatnya.
* Meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk memahami permasalahan nyata dunia kerja yang tidak diperoleh selama proses perkuliahan.

1. Bagi Program Diploma III Fakultas Ekonomika dan Bisnis

* Menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan.
* Menambah informasi dan referensi yang dapat digunakan mahasiswa untuk memahami aktifitas distribusi produk pelumas di PT Pertamina Lubricants.
* Merupakan tambahan informasi dan referensi untuk pembelajaran khususnya bagi mahasiswa Program Studi Manajamen Perusahaan yang akan menyusun Tugas Akhir.

**1.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

**1.4.1 Data Penelitian**

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis mengklasifikasikan data menjadi dua

jenis yakni :

1. Data berdasarkan sifatnya terdiri dari :

a. Data Kualitatif

Data kualitatif (Soeratno, 2008:67) ialah data yang dicatat bukan dengan angka-angka akan tetapi dengan menggunakan klasifikasi-klasifikasi yang telah ditentukan

Dalam penulisan tugas akhir ini, Data Kualitatif yang dimaksud adalah informasi mengenai Sejarah, Visi, Misi, Wilayah Pemasaran dan Struktur Organisasi dalam PT Pertamina Lubricants Sales Region IV Semarang sebagai objek penelitian.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif (Soeratno, 2008:67) ialah kumpulan angka-angka hasil observasi. Yang dimaksud data kuantitatif merupakan data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung.

Dalam penulisan tugas akhir ini data kuantitatif yang dimaksud adalah Tabel Permintaan, Alokasi, Pengadaan Produk, dan Pendstribusian Produk bulan Januari.

(2) Data berdasarkan cara memperolehnya terdiri dari :

a. Data Primer

Data primer (Kuncoro, 2008:127) ialah data yang dikumpulkan oleh perorangan atau suatu organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya.

Data primer ini ialah berupa data hasil wawancara atau sesi tanya jawab selama Kuliah Kerja Praktek (KKP) yang dilakukan dengan para pegawai PT Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder (Kuncoro, 2008:127) adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Data sekunder ini berupa Sejarah, Visi dan Misi, Wilayah Pemasaran dan Struktur Organisasi PT Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.

**1.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini antara lain :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2012:145) Observasi ialah teknik pengumpulan data dengan pencatatan dengan secara cermat dan sistematik. Metode observasi ini dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah masalah yang harus dihadapi, diteliti secara krusial dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Wawancara ini dilakukan dengan para pegawai PT Pertamina Lubricants MOR IV Semarang.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara membaca dan mencatat informasi yang terdapat dalam buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan pokok pembahasan yang dapat dipertanggungjawabkan isinya guna untuk penulisan tugas akhir ini.

**1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembahasan terhadap masalah yang akan dibicarakan sehingga tercipta pemikiran dan gambaran objek yang jelas maka diperlukan suatu sistematika penyusunan laporan. Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas dalam penjabaran ditugas akhir ini akan dikemukakan antara lain ialah Latar Belakang, Ruang Lingkup Penulisan, Tujuan dan Kegunaan Penulisan, Jenis Data dan Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan segala sesuatu tentang perusahaan secara umum seperti Sejarah Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Wilayah Pemasaran Perusahaan, dan Struktur Organisasi Perusahaan.

BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIK

Bab ini menjelaskan bagaimana tentang landasan teori yang digunakan untuk pembahasan, antara laian ialah pengadaan produk (alokasi produk), pendistribusian produk, pemasaran produk (ruang lingkup penjualan produk), proses logistik (Penerimaan barang, Penimbunan barang digudang penyimpanan dan penyaluran produk ke agen dan konsumen), distribusi (wilayah pendistribusian dan agen) serta transportir (biaya dan jasa).

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi tentang ringkasan teori yang telah dijelaskan, dipaparkan dan dijabarkan pada pembahasan BAB III.