

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin banyaknya perubahan dan perkembangan yang terjadi, maka semakin banyak pula peluang dan tantangan bisnis baru yang muncul bagi perusahaan, dimana di satu sisi perusahaan dapat memperluas pasar produknya dan di sisi lain keadaan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan dalam negeri maupun dengan perusahaan asing. Setiap perusahaan akan berupaya untuk dapat menambah nilai atau berkinerja baik dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai atau kinerja suatu perusahaan adalah *supplier/vendor* yang menjadi pemasok untuk kebutuhan operasional perusahaan.

Supplier/vendor adalah pihak – pihak yang berkepentingan, yang lebih relevan terhadap keberhasilan manufaktur dan produsen dibanding bisnis lainnya, semua perusahaan mengandalkan tingkat produk dan jasa dari bisnis lain untuk mendukung kemampuan mereka untuk melayani pelanggan mereka (David, 2011). Untuk menjamin proses produksi suatu perusahaan, *supplier/vendor* sangat penting dalam memastikan ketersediaan bahan baku. Pada bagian pengadaan suatu perusahaan, pemilihan *supplier/vendor* yang tepat akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan juga akan menguntungkan bagi perusahaan. Sebagai pengambil keputusan dalam hubungan *supplier/vendor* dengan perusahaan, unit pengadaan menghadapi masalah yang cukup rumit. Mereka harus mempertimbangkan banyak hal sekaligus, seperti harga, kualitas, dan pelayanan, dll.

Hal ini termasuk ke dalam manajemen logistik suatu perusahaan. Dimana manajemen logistik ini membantu kelancaran pekerjaan secara efektif dan efisien. Menurut Nasution

(2004) manajemen logistik didefinisikan sebagai proses yang secara strategik mengatur pengadaan bahan (*procurement*) perpindahan dan penyimpanan bahan, komponen dan penyimpanan barang jadi (dan informasi terkait) melalui organisasi dan jaringan pemasarannya dengan cara tertentu. Perencanaan dari awal dan ketelitian perusahaan dalam memilih dan membeli barang yang membuat manajemen logistik sangat penting. Oleh karena itu, PT. Semen Padang memiliki unit pengadaan yang bertanggungjawab untuk mengawasi kerjasama *supplier/vendor* dengan perusahaan.

PT. Semen Padang adalah perusahaan besar yang berada di bidang industri semen, mulai dari penyediaan bahan baku melalui proses penambangan sampai pengolahan bahan baku menjadi semen dan kemudian dipasarkan. PT. Semen Padang merupakan pabrik tertua di Indonesia. Didirikan pada tanggal 18 Maret 1910 dengan nama *NV Nederlansch Indische Portland Cemen Maatschappij* (NV NIPCM) yang merupakan pabrik pertama sejak pendudukan belanda. Selain itu, PT. Semen Padang juga memproduksi semen dalam jumlah besar untuk memenuhi permintaan pasar. Tidak hanya di pulau sumatera saja tetapi produk semen dijual di beberapa wilayah yang ada di pulau jawa.

Menurut Dimiyati dan Kadai (2013:1) mengatakan bahwa pengadaan adalah upaya mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan dengan cara yang logis, sistematis, mengikuti norma dan etika sesuai metode dan proses pengadaan barang dan jasa yang berlaku. Aktifitas di bagian pengadaan PT. Semen Padang terbagi menjadi dua bagian, yaitu bagian pengadaan barang dan pengadaan jasa, dan masing-masing diawasi oleh *Departement of Operational Procurement*. pihak pengguna (*user*) dan pihak penyedia jasa (*vendor*) adalah dua pihak yang terlibat dalam proses pengadaan barang/jasa. Pihak pengguna adalah pihak yang meminta atau memberi tugas kepada pihak penyedia untuk menyediakan atau menjalankan tugas tertentu

sesuai dengan permintaan pihak pengguna.

PT. Semen Padang mulai menggunakan sistem pengadaan secara elektronik (*e-Procurement*) pada tahun 2012, tetapi belum sepenuhnya diterapkan pada berbagai proses. Sistem *e-Procurement* ini memungkinkan aktifitas pengadaan dilakukan secara elektronik, sehingga dokumen *hardcopy* tidak lagi digunakan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan magang di perusahaan tersebut untuk melihat secara langsung bagaimana proses pengadaan barang dan jasa di unit Procurement PT. Semen Padang dalam menjalankan operasi bishisnya. Oleh karena itu penulis memilih judul laporan, “ **Proses Pengadaan Barang dan Jasa Unit Procurement PT. Semen Padang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar beakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah “ Bagaimana Proses Pengadaan Barang dan Jasa Unit *Procurement* PT. Semen Padang.

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan dilakukannya magang di PT. Semen Padang yaitu untuk menambah pengalaman, pengembangan skill, serta pengetahuan tentang bagaimana proses pengadaan barang dan jasa di unit *Procurement* PT. Semen Padang.

1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat kegiatan magang tersebut yaitu :

1. Bagi perusahaan

Hasil magang ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meninjau ulang dan dijadikan acuan dalam penyempurnaan perusahaan.

2. Bagi pembaca

Hasil magang ini diharapkan dapat menjadi pedoman serta penambahan wawasan pengembangan di dalam ilmu pemasaran dengan mengetahui proses pengadaan yang terjadi di dalam suatu perusahaan.

3. Bagi penulis

Hasil magang ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan teori- teori tentang pemasaran selama kuliah dan magang di suatu perusahaan agar dapat diimplementasikan pada kegiatan sesungguhnya atau dijenjang kerja.

1.5 Metode Penelitian

Dalam hal ini, penulis menggunakan metode penelitian yaitu observasi. Metode observasi ini merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan yang meliputi melihat, mengamati, mengukur dan mencatat kejadian. Untuk memudahkan penulis mendapatkan informasi maka penulis melakukan wawancara dengan karyawan dan staff di unit pengadaan PT. Semen Padang.

1.6 Waktu dan Tempat Magang

Pelaksanaan magang dilakukan pada perusahaan PT. Semen Padang yang beralamat di jalan Raya Indarung 25237 kota Padang, Sumatera Barat. Dengan waktu magang yaitu selama 40 hari kerja, dari tanggal 16 Januari s/d 10 Maret 2023.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode penelitian, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan landasan teori pendukung yang berkaitan dengan teori inti berdasarkan judul yang akan dibahas oleh penulis.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan tentang profil perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, budaya perusahaan serta hal-hal yang terkait pada PT. Semen Padang.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakan selama magang, yaitu menguraikan proses pengadaan barang dan jasa di unit *Procurement* PT. Semen Padang.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari pengamatan penulis selama kegiatan magang di PT. Semen Padang.

