

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Pembangunan yang begitu cepat baik sarana maupun prasarana di Indonesia merupakan gambaran dari perkembangan perekonomian yang begitu pesat. Dari dana yang dianggarkan oleh pemerintah untuk pembangunan dan peningkatan serta pemeliharaan jalan dari tahun ke tahun menunjukkan trend yang terus meningkat, baik untuk jalan Negara, jalan Propinsi, jalan Tingkat II dan jalan-jalan alternatif lainnya, bahkan untuk kota kota besar ditambah dengan munculnya jalan Tol yang merupakan salah satu cara untuk mengurangi kemacetan dan mempersingkat waktu tempuh ke tempat tujuan.

Hampir semua jalan yang dibangun tersebut memakai aspal sebagai salah satu material dalam pembangunannya. Aspal merupakan material untuk konstruksi jalan selain material lainnya, seperti batu-batuan dan pasir serta material pendukung lainnya. Disamping itu aspal khususnya aspal curah merupakan produk yang khusus karena harus adanya tanki penimbunan (storage tank) khusus dan dalam hal ini pendistribusian aspal curah kepada konsumen juga menggunakan truk-truk tanki khusus angkutan aspal curah, serta segmen pasar yang tertentu juga. Melihat hal tersebut maka masing-masing perusahaan yang bergerak di bidang penjualan aspal khususnya aspal curah berusaha dengan berbagai cara untuk merebut pasar aspal semaksimal mungkin.

Cara yang dapat ditempuh untuk merebut pasar dengan jalan melaksanakan kebijaksanaan pemasaran yang tepat. Untuk mengetahui kebijaksanaan pemasaran yang dapat dilaksanakan perusahaan, penulis merasa tertarik untuk meneliti masalah tersebut yaitu Kebijakan Bauran Pemasaran Aspal Curah Pada PT. Medan Aspalindo Utama.

Adapun yang menjadi pendorong bagi penulis untuk meneliti hal itu adalah :

Sampai sejauh mana peranan Kebijakan Bauran Pemasaran yang diterapkan dan dilaksanakan oleh PT. Medan Aspalindo Utama.

Mengingat peran pentingnya Marketing (Pemasaran) pada PT. Medan Aspalindo Utama karena dengan melaksanakan pemasaran yang baik PT. Medan Aspalindo Utama akan dapat meningkatkan volume penjualan.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya dipengaruhi oleh berhasil tidaknya perusahaan memasarkan produk yang dijualnya. Dalam usaha menjual produk, peranan Kebijakan Bauran Pemasaran sangat menentukan, justru itulah penulis memilih judul penelitian ini yang dirumuskan sebagai berikut :

Kebijakan Bauran Pemasaran Aspal Curah Pada PT. Medan Aspalindo Utama.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan ditemukan adanya masalah yang dirumuskan sebagai berikut : Kebijakan Bauran Pemasaran yang