

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**KEGIATAN PERSONAL SELLING DI BULOG KANTOR WILAYAH  
JAMBI**



*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat*

*Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*

**DISUSUN OLEH :**

**I GEDE BAYU MUSTIKA AJI**

**C0B018032**

**PROGRAM DIPLOMA III JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JAMBI**

**TAHUN 2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Dengan ini, Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir, Instruktur Lapangan dan Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa laporan magang yang disusun oleh :

Nama : I Gede Bayu Mustika Aji  
NIM : C0B018032  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan : Kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan Laporan Magang Pada tanggal seperti terteta dibawah ini :

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Tugas Akhir  
Jambi, 2021  
Instruktur Lapangan

**Yenny Yuniarti, S.E., M.Si.**  
NIP. 197706052003122003

**Zaihefni**  
NIP. 086808026

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran

**Yenny Yuniarti, SE., M.Si.**  
NIP. 197706052003122003

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Laporan Tugas Akhir dan Ujian Komprehensif Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 8 Juli 2021  
Jam : 10.00 – 12.00 WIB  
Tempat : Via Zoom

Panitia Penguji :

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
1. Ketua	: Novita Ekasari, S.E., M.M.	_____
2. Sekretaris	: Dwi Kurniawan, S.E., M.M.	_____
3. Anggota Penguji	: Husni Hasbullah, S.E., M.Sc	_____
4. Anggota Penguji	: Yenny Yuniarti, S.E., M.Si.	_____

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi

**Dr. Zulfina Adriani, S.E, M,sc**  
NIP. 197602151993032004

**Yenny Yuniarti, S.E., M.Si**  
NIP. 197706052003122003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Dr. Junaidi, SE., M.Si**  
NIP. 196706021992031003

## ABSTRAK

Penulisan Laporan Tugas Akhir bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi dan apa saja kendala dalam kegiatannya. Penulisan laporan tugas akhir ini disusun menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana laporan dijabarkan secara tertulis dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari pengamatan menunjukan bahwa Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi melakukan promosi dengan penjualan langsung yaitu *personal selling* dalam kegiatan penjualannya. Tujuan promosi yang biasa dilakukan antara lain yaitu memberi informasi, membujuk, dan sebagai pengingat. Dalam melakukan kegiatan *personal selling* Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi mengalami beberapa kendala. Walaupun begitu kegiatan *personal selling* yang dilakukan cukup efektif.

**Kata Kunci : BULOG, *Personal Selling*, Promosi**

## ABSTRACT

*The purpose of writing the Final Project Report is to find out how the personal selling activities carried out by Perum BULOG Jambi Regional Office and what are the obstacles in their activities. The writing of this final report was prepared using a qualitative descriptive method, where the report was described in writing with a description in the form of words and language. Collecting data using the method of observation, interviews and documentation. The results of the observations show that Perum BULOG Jambi Regional Office conducts promotions with direct sales, namely personal selling in its sales activities. Promotional objectives that are usually carried out include providing information, persuading, and as a reminder. In carrying out personal selling activities, Perum BULOG Jambi Regional Office encountered several obstacles. However, the personal selling activities carried out are quite effective.*

***Keywords: BULOG, Personal Selling, Promotion***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam dan Tuhan yang telah melimpahkan seluruh nikmat-Nya kepada kita semua. Berkat Ridho-Nya, penulis akhirnya telah menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi”**. Shalawat beserta salam tak lupa penulis curahkan kepada Baginda kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan saat ini.

Laporan ini disusun dalam rangka menyelesaikan laporan praktek kerja lapangan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Jambi. Penulis pun menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna, mengingat segala keterbatasan pengetahuan, kemampuan maupun literatur yang diperoleh. Meskipun begitu, penulis selalu berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Dalam penulisan laporan tugas akhir ini pun penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, saran-saran, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT yang selalu menolong hamba-Nya dan selalu memberikan kenikmatan serta kebahagiaan-Nya.

2. Nabi Muhammad SAW, sholawat seta salam senantiasa tercurah untuk nya.
3. Keluarga tercinta, Bapak Nyoman Rajin S,Pd dan Ibu Sulistyo Rini, adikku Kadek dan Komang serta keluarga besar yang selalu memberikan support dan mendukung dalam hal apapun, semoga Allah senantiasa melindungi kita semua.
4. Bapak Dr. Junaidi, S.E, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
5. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E, M,sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
6. Ibu Yenny Yuniarti, S.E., M,Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akhir yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penulisan laporan ini.
7. Bapak Adi Ikhsan Syukri Amri, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah mengantar, mengarahkan dan menjemput dalam proses magang.
8. Bapak Dr. Dahmiri, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Para Dosen dan Staf Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
10. Bapak Defrizal S.E, sebagai Pimpinan Wilayah BULOG Kantor Wilayah Jambi yang telah memberikan kesempatan kepada saya sehingga dapat melaksanakan kegiatan magang.
11. Bapak Rusli, selaku pimpinan di bidang komersil.
12. Bapak Zaihefni, selaku Instruktur lapangan selama saya magang.

13. Kak Maria, Kak Vira, Kak Fitri, Bang Reyhan, Bang Ridho, Bang Lutfi, Bang Angga, Pak Ujang, dan Pak Hafiz. Yang selama magang telah memberikan ilmu maupun pengalamannya saat kegiatan magang berlangsung.
14. Para staf dan karyawan Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. Teman-teman seangkatan Manajemen Pemasaran 2018, semoga kita bisa sukses dengan jalan kita masing masing.
16. Teman-teman tongkrongan, organisasi, dan teman kost.
17. Dan berbagai pihak yang tidak disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Dalam penulisan laporan ini, penulis berusaha agar mencapai suatu hasil yang memuaskan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih banyak kepada pihak yang telah membantu sehingga selesainya laporan ini.

Jambi, 2021  
Penulis

**I Gede Bayu Mustika Aji**  
**C0B018032**

## DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK ....	iii
ABSTRACT ..	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI ..	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Masalah Pokok Laporan.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan .....	3
1.3.1 Tujuan Penulisan.....	3
1.3.2 Manfaat Penulisan .....	3
1.4 Metode Penulisan.....	3
1.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	3
1.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.4.3 Metode Analisis .....	4
1.5 Waktu dan Lokasi Magang.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	7
2.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.3 Promosi.....	10
2.3.1 Tujuan Promosi.....	10
2.4 Bauran Promosi.....	10

2.5 Personal Selling .....	12
2.5.1 Sifat-Sifat Personal Selling.....	13
2.5.2 Proses Personal Selling .....	13
2.5.3 Keunggulan dari Personal Selling .....	15
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>16</b>
3.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	16
3.1.1 Perusahaan Umum BULOG .....	16
3.1.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	16
3.1.3 Logo dan Arti Perusahaan .....	17
3.1.4 Visi dan Misi.....	19
3.1.5 Nilai-Nilai Dasar BULOG.....	19
3.1.6 Cabang.. .....	20
3.1.7 Struktur Organisasi Perum BULOG Kanwil Jambi .....	21
3.1.8 Tugas Pokok dan Fungsi .....	22
3.2 Pembahasan .....	27
3.2.1 Kegiatan Personal Selling di Perum BULOG Kanwil Jambi .....	27
3.2.2 Kendala yang dihadapi Perum BULOG Kanwil Jambi dalam melakukan kegiatan <i>personal selling</i> .....	30
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>31</b>
4.1 Kesimpulan.....	31
4.2 Saran.....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>32</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Perum BULOG.....	17
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perum BULOG Kanwil Jambi .....	21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Kegiatan Harian Magang

Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan Magang

Lampiran 4 Penilaian Kegiatan Magang

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Di era pandemik seperti saat ini, banyak bisnis yang mengalami penurunan pendapatan sehingga persaingan antar perusahaan kian menajam. Sehingga perusahaan mau tidak mau harus mengantisipasi keadaan ini dengan beberapa strategi yang tepat setiap perusahaan. Hal ini disebabkan kesadaran perusahaan bahwa pelanggan adalah nyawa atau kehidupan perusahaan. Setiap perusahaan dituntut kemampuannya untuk merumuskan sekaligus menerapkan sistem pemasaran yang tepat agar permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.

Perum BULOG sebagai Badan Usaha Milik Negara memiliki tugas utama, yaitu menyelenggarakan usaha logistik pangan pokok yang bermutu dan memadai bagi hajat hidup orang banyak, selain itu Perum BULOG Kanwil Jambi juga menyediakan beras, minyak goreng, tepung terigu, gula manis, dan daging beku. Pengadaan Gabah/Beras dalam negeri yang ditetapkan pemerintah dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan petani. Dalam hal ini BULOG sebagai BUMN yang bertugas salah satu nya unntuk mensejahterakan petani harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan milik swasta, yang mana kita tahu bahwa perusahaan swasta sudah memiliki nama di masyarakat.

Untuk itu BULOG Kanwil Jambi harus mensiasati itu dengan cara mempromosikan produk-produknya yaitu dengan memanfaatkan teknologi saat ini

melalui sosial media dan salah satunya dengan menggunakan promosi *personal selling*. Menurut Kotler & Keller (2016), *personal selling* adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Cara yang paling efektif untuk meyakinkan pilihan pembeli, menimbulkan keyakinan pembeli dan dapat mengetahui tindakan pembeli adalah dengan menggunakan promosi *personal selling*. Seperti BULOG Kanwil Jambi melakukan kegiatan *personal selling* dengan mengikuti kegiatan *Car Free Day* (CFD) di sekitar kantor gubernur dan membuka outlet dengan mobil *box*.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penyusunan tugas akhir ini penulis mengangkat judul “ **Kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi**”.

## **1.2. Masalah Pokok Laporan**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam kegiatan *personal selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi ?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

#### 1.3.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari laporan ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi dalam kegiatan *personal selling* di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

#### 1.3.2 Manfaat Penulisan

1. Bagi Instansi

Hasil pengamatan ini dapat dijadikan panduan dalam mengoptimalkan kegiatan *personal selling* Di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

2. Bagi penulis

Hasil pengamatan ini dapat memberikan pengalaman dan wawasan tentang dunia kerja nantinya dan sebagai salah satu acuan untuk penyusunan tugas akhir.

### **1.4. Metode Penulisan**

#### 1.4.1. Jenis dan Sumber Data

- 1) Jenis data

Jenis data yang digunakan adalah :

a) Data Premier

Data yang diperoleh dari hasil wawancara pada pihak yang berkaitan dengan prosedur *Personal Selling* Di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

b) Data Sekunder

Data yang diperoleh berasal dari literatur pembahasan tentang *personal selling* Di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

#### 1.4.2 Metode Pengumpulan data

a) Wawancara

Pengumpulan data yang bertujuan untuk menggali atau mencari informasi tentang masalah apa yang sedang kita amati, dengan cara bertanya secara langsung kepada pihak yang bersangkutan.

b) Observasi

Pengumpulan data dengan cara pemusatan perhatian pada objek dengan turun langsung ke lapangan, dalam pengumpulan data ini kita mengamati secara langsung dan mencatat hal-hal penting dalam laporan.

c) Dokumentasi

Salah satu pengumpulan data berupa arsip atau dokumen untuk memperkaya sumber data yang diamati dan berfungsi sebagai pendukung dalam penyajiannya.

#### 1.4.3 Metode Analisis

Analisis data yang dilakukan dalam penulisan tugas akhir ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode analisis dengan terlebih dahulu untuk data yang di dapat dan hasil penulisan tugas akhir berupa fakta lisan atau nama saja.

## **1.5 Waktu Dan Lokasi Magang**

### 1) Waktu Magang

Magang dilaksanakan mulai dari 5 Februari - 5 April 2021

### 2) Lokasi Magang

Magang bertempat di Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian tugas akhir ini terdiri dari empat bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Hal ini diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dari penulis ke pembaca mengenai maksud dan tujuan penelitian ini.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang konsep yang digunakan untuk pembahasan dan data-data yang berhubungan erat dengan judul dan pokok pembahasan laporan.

### **BAB III : PEMBAHASAN**

Berarti evaluasi terhadap data yang dikemukakan dalam bab II yang memuat hal-hal sebagai berikut: gambaran atau keadaan umum instansi, seperti sejarah, struktural organisasi, visi misi perusahaan serta pembahasan materi.

### **BAB IV: PENUTUP**

Pada bab penutup ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi perusahaan tempat penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong (2017), Manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan.

##### **2.1.1. Pemasaran**

Menurut Kotler (2012), Pemasaran lebih berurusan dengan pelanggan dibandingkan fungsi bisnis lainnya. Memahami, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen

##### **2.1.2. Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (2010), Strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Menurut Hartono (2012), strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan serta lokasinya.

## **2.2. Bauran Pemasaran**

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel biasa disebut dengan bauran pemasaran. Menurut Kotler (2012), menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan suatu perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Berdasarkan defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, agar dapat mempengaruhi respon sasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat yang dikenal dalam istilah 4P yaitu:

### **1. Produk (*Product*)**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dapat didefinisikan sebagai apa saja yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan dalam hal penggunaan, konsumsi atau akuisasi. Dengan kata lain produk juga bisa diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian,

dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

## 2. Harga (*Price*)

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang paling fleksibel. Artinya dapat diubah dengan cepat, berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal ini tidak dapat dirubah dengan mudah dan cepat, tetapi kalau harga sewaktu-waktu bisa berubah.

## 3. Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen kekonsumen. Pengertian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan lembaga atau perantara untuk dapat menyalurkan produknya kepada konsumen akhir.

## 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer, kegiatan-kegiatan tersebut antara lain peragaan, pertunjukan, dan pameran,

demonstrasi dan sebagainya. Biasanya kegiatan ini dilakukan bersama-sama dengan kegiatan promosi lainnya dan biasanya relatif lebih mudah dibandingkan periklanan dan *personal selling*.

### **2.3. Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2016), Promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli.

#### **2.3.1. Tujuan Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi bertujuan untuk :

1. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli.
2. Menciptakan dan menumbuhkan minat pada calon pembeli.
3. Pengembangan rasa ingin tahu calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.

Tujuan promosi yang biasa dilakukan oleh perusahaan dalam mendukung penjualan, antara lain yaitu memberi informasi, membujuk, dan sebagai pengingat.

### **2.4. Bauran Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2016), *Promotion mix* atau bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Unsur yang dimaksud ialah alat komunikasi antara perusahaan dengan calon pelanggan ataupun pelanggan tetap. Yang dimaksud unsur-

unsur ini ialah *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan personal), *sales promotion* (promosi penjualan), *direct marketing* (pemasaran langsung), dan *public relations* (hubungan masyarakat). Berikut unsur bauran promosi :

### **1. *Advertising***

Peranan dalam periklanan mempunyai peran penting dalam kehidupan suatu perusahaan dalam mengenalkan produk nya. Selain itu perkembangan periklanan juga dipengaruhi oleh perkembangan media, media cetak atau elektronik dan teknologi. *Advertising* (periklanan) adalah semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu (Kotler & Keller, 2016). Tujuan periklanan berdasarkan tujuan utama adalah menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan. Contoh periklanan beberapa media, televisi, baliho, media sosial, surat kabar dan radio.

### **2. *Personal Selling***

Menurut Kotler & Keller (2016), *personal selling* adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.

### **3. *Sales Promotion***

*Sales promotion* (promosi penjualan) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016). *Sales promotion* merupakan sebuah teknik yang memiliki potensi sangat signifikan untuk memperbaiki penjualan jangka pendek dan efektivitasnya pun dapat diukur.

#### **4. *Direct Marketing***

*Direct marketing* (pemasaran langsung) adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons langsung dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng – penggunaan surat langsung, telepon, televisi respons langsung, *e-mail*, internet, dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu (Kotler & Keller, 2016).

#### **5. *Public Relations***

Hubungan masyarakat adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. (Bianco,2010)

#### **2.5. *Personal Selling***

*Personal selling* merupakan salah satu bentuk promosi yang menawarkan atau mengenalkan suatu produk secara langsung. Hal dapat berpengaruh dalam kegiatan pemasaran karena dapat memberikan informasi secara langsung dan detail kepada konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2016), *personal selling* adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Penjualan *personal* menggunakan komunikasi *person to person*, yang melibatkan interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli.

### **2.5.1. Sifat-sifat *Personal Selling***

Terdapat sifat-sifat *personal selling* menurut Fandy Tjiptono (2008) yaitu sebagai berikut :

1. *Personal Confrontation*, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung, dan interaktif antara 2 orang atau lebih.
2. *Cultivation*, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.
3. *Response*, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan, dan menanggapi.

### **2.5.2. Proses *Personal Selling***

Menurut Kotler & Keller (2016), proses *personal selling* yang efektif dapat dikelompokkan menjadi beberapa tahap yaitu:

#### **1. *Prospecting and qualifying***

Langkah pertama dalam melakukan penjualan adalah mengidentifikasi dan mengkualifikasi prospek yang akan di temui. Dapat dilakukan dengan cara mencari informasi-informasi yang berkaitan dengan prospek.

#### **2. *Pre-approach***

Pada tahap ini, penjual perlu untuk mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan prospek seperti apa saja yang dibutuhkan, siapa saja yang terlibat dalam keputusan pembelian. Setelah mengetahui hal-hal tersebut

penjual melakukan pendekatan yang dimulai dengan mengirimkan *email* atau menelepon agar pembeli bersedia untuk diprospek.

### 3. *Approach*

Penjual yang telah melakukan tahap *pre-approach* akan bertemu secara langsung dengan pembeli guna membicarakan tentang prospek. Dalam tahap ini, ada beberapa tahap yang perlu dipertimbangan agar kesan pertama yang didapatkan bagus seperti gaya bicara dan penampilan.

### 4. *Presentation and demonstration*

Pada tahap ini, seorang sales mempresentasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan. Disini, penjual dapat menggunakan formula AIDA (*attention, interest, desire* dan *action*).

### 5. *Handling objection*

Pada tahapan ini, pembeli akan mengutarakan beberapa keberatan mengenai apa yang dipresentasikan oleh tenaga penjual seperti jadwal pengiriman, harga terlalu mahal, kualitas produk. Seorang *salesperson* harus dapat mengklarifikasi segala sesuatu keberatan dari pembeli.

### 6. *Closing*

Tahap ini merupakan tahap dimana pembeli membuat keputusan akan melakukan transaksi atau tidak. Jika *handling objection* dapat ditangani dengan baik, kemungkinan pembeli melakukan transaksi sangat besar.

### 7. *Follow up*

*Follow up* diperlukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Penjual dapat sekedar menelepon pembeli untuk menanyakan apakah adanya

masalah yang tidak diinginkan. Tahap ini penting dilakukan karena hubungan pembeli dan penjual tetap terjalin dengan baik sehingga besar kemungkinan pembeli akan kembali melakukan pembelian.

### **2.5.3. Keunggulan dari *Personal Selling***

Keunggulan dari personal selling menurut D. Shank (2009), terdapat beberapa keunggulan dari kegiatan *personal selling* antara lain :

1. *Personal selling* memungkinkan tenaga penjual untuk beradaptasi secara langsung menyampaikan pesan berdasarkan umpan balik yang diterima berdasarkan target *audience*.
2. *Personal selling* memungkinkan penjualan untuk mengkomunikasikan informasi yang lebih kepada target *audience* daripada bentuk-bentuk promosi lain, selain itu penjual dapat menjelaskan informasi yang kompleks.
3. *Personal selling* meningkatkan kemungkinan target *audience* memperhatikan pesan tersebut. Sulit bagi target *audience* untuk melarikan diri karena pesan komunikasi antara orang ke orang.
4. *Personal selling* sangat memungkinkan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen, karena sering terjadinya komunikasi.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 Gambaran umum Perusahaan**

##### **3.1.1 Perusahaan Umum BULOG**

Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik atau disingkat Perum BULOG adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik/pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran. Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah, BULOG tetap melakukan kegiatan menjaga Harga Dasar Pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan.

Perum BULOG Kanwil Jambi beralamat di Jalan RD.P Kolopaking No.40 Telanaipura Jambi, Indonesia.

##### **3.1.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan**

###### **A. BULOG Sebelum Menjadi Perum**

Secara umum tugas lembaga pangan tersebut adalah untuk menyediakan pangan bagi masyarakat pada harga yang terjangkau di seluruh daerah serta mengendalikan harga pangan di tingkat produsen dan konsumen. Instrumen untuk mencapai tujuan tersebut dapat berubah sesuai dengan kondisi yang berkembang. Stabilisasi harga bahan pangan terutama yang dikelola BULOG

masih tetap menjadi tugas utama di era 1980-an. Hal tersebut juga ditunjang dengan dibangunnya gudang-gudang yang tersebar di wilayah Indonesia. Struktur organisasi BULOG diubah sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 39/1978 tanggal 6 November 1978 dengan tugas membantu persediaan dalam rangka menjaga kestabilan harga bagi kepentingan petani maupun konsumen sesuai kebijaksanaan umum pemerintah.

## **B. BULOG Setelah Menjadi Perum**

Perum BULOG didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 Tahun 2003 sebagai mana telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 61 Tahun 2003 tentang Pendirian Badan Usaha Logistik. Peraturan ini mengubah status Perum BULOG dari status sebelumnya, yaitu BULOG sebagai Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND) berdasarkan Keppres RI No.39 tahun 1978. Perubahan dilakukan di Gedung arsip Nasional Jakarta pada tanggal 10 Mei 2003. Perubahan BULOG menjadi Perum tidak mengubah tugas BULOG yang telah di tunjuk pemerintah untuk melayani dalam kegiatan publik yang berhubungan dengan penyaluran beras serta tugas lainnya yang telah di emban sebelumnya. Dengan menjadi Perum, BULOG menjadi lebih fleksibel dalam bergerak pada bidang publik maupun komersial.

### **3.1.3 Logo dan Arti Logo Perusahaan**



**Gambar Logo Bulog 3.1**

( <http://www.bulog.co.id/> , Diakses tanggal 14 Juni 2021)

Logo Perusahaan Umum BULOG beserta keterangan warna;

- a. Warna matahari dengan gradasi warna kuning kemerah-merahan.
- b. Warna huruf BULOG biru.
- c. Warna huruf slogan atau *tagline* biru.

Keterangan Logo Perusahaan Umum BULOG :

1. Logo gram-Matahari,

Gambar matahari dengan gradasi warna kuning kemerah-merahan dipilih untuk menampilkan Perum BULOG sebagai sumber kehidupan bagi segala etnis dan latar belakang budaya. Matahari merefleksikan semangat perubahan dalam diri Perum BULOG untuk lebih professional, transparan, dan sehat dalam membangun Ketahanan Pangan Nasional.

2. Logo tipe - Jenis Huruf Logo

Jenis huruf logo BULOG yang berwarna biru menjadi refleksi konkrit akan besarnya peranan Perum BULOG dalam usaha mewujudkan kesejahteraan bangsa Indonesia. Sedangkan bentuk huruf yang kokoh menggambarkan bentuk fisik Perum BULOG sebagai sebuah perusahaan yang solid dalam mengemban visi dan misinya.

3. *Tagline*-Slogan

“Andalan Ketahanan Pangan” mempunyai makna bahwa terjaga dan terselenggaranya ketahanan pangan, merupakan peran strategis dan kunci keberhasilan Perum BULOG.

### **3.1.4 Visi dan Misi**

Visi:

“Menjadi perusahaan pangan yang unggul dan terpercaya dalam mendukung terwujudnya kedaulatan pangan”.

Misi:

- a) Menjalankan usaha logistik pangan pokok dengan mengutamakan layanan kepada masyarakat.
- b) Melaksanakan praktek manajemen unggul dengan dukungan sumber daya manusia yang profesional, teknologi yang terdepan dan sistem yang terintegrasi.
- c) Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik serta senantiasa melakukan perbaikan yang berkelanjutan.
- d) Menjamin ketersediaan, keterjangkauan dan stabilitas komoditas pangan.

### **3.1.5 Nilai-Nilai Dasar BULOG**

- a) Integritas

Konsisten antara ucapan dan perilaku sesuai dengan norma dan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).

- b) Profesional

Bekerja cerdas berdasarkan kompetensi terbaik dan penuh tanggung jawab.

- c) Dinamis

Selalu bersemangat untuk tumbuh dan berkembang menjadi yang terbaik.

d) Peduli

Memperhatikan dan memenuhi kebutuhan serta memberi solusi terbaik kepada pemangku kepentingan.

e) Totalitas

Mendayagunakan seluruh potensi dan sumber daya yang ada serta bersinergi untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **3.1.6 CABANG**

BULOG berpusat di Jakarta dan memiliki beberapa cabang pada beberapa wilayah untuk mempermudah dalam pelaksanaan penyaluran untuk masing-masing wilayah maupun daerah.

1. Kanwil

Kantor Wilayah adalah cabang yang berada pada tingkat Provinsi. Kanwil saat ini terdapat pada 26 lokasi. Kanwil dipimpin oleh Pimpinan Wilayah. Kanwil membawahi beberapa wilayah dalam suatu provinsi tertentu. Kanwil bertanggung jawab kepada Kantor Pusat yang berada Di Jakarta dengan melaporkan segala aktivitas yang terdapat di Kanwil dan Kancab. Kanwil Provinsi Jambi berada di Daerah Jambi.

2. Kancab

Kancab atau Kantor Cabang adalah cabang di bawah Kanwil yang mengurus penyaluran pada tiap-tiap daerah. Kancab saat ini terdapat pada 101 lokasi. Kancab dipimpin oleh Pimpinan Cabang. Kancab bertanggung jawab kepada Kanwil dengan selalu melaporkan segala aktivitas yang terdapat pada Kancab.

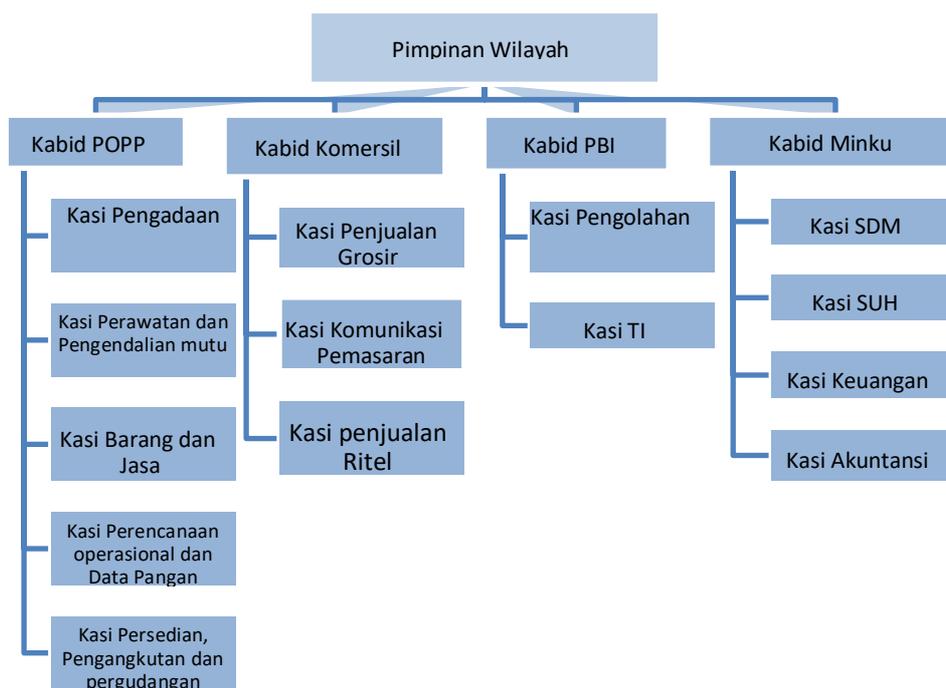
### 3. Gudang

Gudang adalah tempat untuk menyimpan persediaan yang dimiliki oleh masing-masing wilayah, saat ini gudang yang dimiliki BULOG terdapat 463 lokasi. Gudang dipimpin oleh Kepala gudang.

#### 3.1.7 Struktur Organisasi Perum Bulog Kantor Wilayah Jambi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan jelas pemisah kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi.

Berikut merupakan gambar struktur organisasi Perum BULOG Kanwil Jambi :



**Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perum BULOG Kanwil Jambi**

*(Sumber : Struktur Organisasi Perum BULOG Kanwil Jambi/2020)*

### **3.1.8. Tugas Pokok dan Fungsi**

#### **1. Tugas pokok**

Pada Keppres No. 29 tahun 2000 tugas pokok BULOG adalah melaksanakan tugas Pemerintah di bidang manajemen melalui pengelolaan persediaan, distribusi dan pengendalian harga beras (mempertahankan Harga Pembelian Pemerintah – HPP), serta usaha jasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Arah perubahan tersebut semakin kuat dengan keluarnya Keppres No 166 tahun 2000, yang selanjutnya diubah menjadi Keppres No. 103/2000. Kemudian diubah lagi dengan Keppres No. 03 tahun 2002 tanggal 7 Januari 2002 dimana tugas pokok BULOG masih sama dengan ketentuan dalam Keppers No 29 tahun 2000, tetapi dengan nomenklatur yang berbeda dan memberi waktu masa transisi sampai dengan tahun 2003. Akhirnya dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI no. 7 tahun 2003 BULOG resmi beralih status menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG.

#### **2. Fungsi**

Dalam melaksanakan tugas pokoknya, Perum Bulog Kantor Wilayah Jambi mempunyai fungsi sebagai berikut, yaitu :

- a. Menetapkan kebijakan pada bidang manajemen supaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kebijakan umum pemerintah.
- b. Sebagai penyelenggara kegiatan pada bidang usaha jasa
- c. Sebagai penyelenggara kegiatan pada bidang operasi.

- d. Melakukan perencanaan pada bidang-bidang berikut, diantaranya yaitu keuangan, Sumber Daya Manusia, dan juga jasa.
- e. Mengelola sumber daya yang akan melaksanakan tugas Bulog supaya berhasil dan mempunyai daya guna.
- f. Melakukan pengawasan terhadap segala macam tugas yang dilakukan di lingkungan Bulog.
- g. Mengelola Sumber Daya Manusia dan keuangan.

Uraian Tugas pokok dan Fungsi Menurut Keppres No. 29 tahun 2000 Perum Bulog Kanwil Jambi mempunyai tugas pokok dan fungsi yaitu:

**a. Pimpinan Wilayah (PIMWIL)**

Pimpinan Wilayah mempunyai tugas pokok melaksanakan kebijakan perusahaan dan menyelenggarakan kegiatan pengadaan, operasional dan pelayanan, komersial, pengembangan bisnis dan industri, serta pengelolaan administrasi dan keuangan di wilayah kerjanya.

Dalam menyelenggarakan tugas pokok sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Pinwil mempunyai fungsi merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi:

- Pelaksanaan kegiatan pengadaan;
- Pelaksanaan kegiatan operasional dan pelayanan;
- Pelaksanaan kegiatan komersial;
- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan pengembangan bisnis dan industri;
- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan Keuangan;
- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan SDM dan Umum;

- Pelaksanaan kegiatan pembinaan Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Gudang, dan Pusat Distribusi.

#### **b. Kepala Bidang Pengadaan Operasional dan Pelayanan Publik**

Bidang Pengadaan, Operasional dan Pelayanan Publik mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan perencanaan operasional dan analisis data pangan, penyaluran pasar pemerintah, pengadaan beras, pengadaan pangan lainnya dan program *on farm*, pengadaan barang dan jasa, pengelolaan pergudangan, persediaan dan angkutan, perawatan dan pengendalian mutu.

Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55, Bidang Pengadaan, Operasional dan Pelayanan Publik mempunyai fungsi merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi;

- Pelaksanaan kegiatan perencanaan operasional, analisis data pangan dan penyaluran pasar pemerintah;
- Pelaksanaan kegiatan pengadaan beras dan pangan lain serta program *on farm* pelaksanaan kegiatan pengadaan barang dan jasa Pelaksanaan kegiatan pengelolaan pergudangan, persediaan dan angkutan;
- Pelaksanaan kegiatan perawatan dan pengendalian mutu.

Bidang Pengadaan, Operasional dan Pelayanan Publik terdiri dari:

- Seksi Perencanaan Operasional dan Pelayanan Publik
- Seksi Pengadaan Pangan
- Seksi Pengadaan Barang dan Jasa
- Seksi Pergudangan, Persediaan dan Angkutan

- Seksi Perawatan dan Pengendalian Mutu.

### **c. Kepala Bidang Komersial**

Bidang Komersial mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan penjualan grosir, penjualan ritel, dan komunikasi pemasaran. Dalam melaksanakan tugas pokok Bidang Komersial mempunyai fungsi merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi;

- Pelaksanaan kegiatan penjualan grosir;
- Pelaksanaan kegiatan penjualan ritel.
- Pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran.

Bidang Komersial terdiri dari:

- Seksi Penjualan Grosir
- Seksi Penjualan Ritel
- Seksi Komunikasi Pemasaran.

### **d. Kepala Bidang Pengembangan Bisnis dan Industri**

Bidang Pengembangan Bisnis dan Industri mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan pengelolaan pengolahan dan manajemen teknologi informasi serta manajemen risiko. Dalam melaksanakan tugas pokok Bidang Pengembangan Bisnis dan Industri mempunyai fungsi merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi:

- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan pengolahan.
- Pelaksanaan kegiatan manajemen teknologi informasi dan risiko.

Bidang Pengembangan Bisnis dan Industri terdiri dari:

- Seksi Pengolahan;
- Seksi Teknologi Informasi.

#### **e. Kepala Bidang Administrasi dan Keuangan**

Bidang Administrasi dan Keuangan mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan pengelolaan SDM, hukum dan kepatuhan, manajemen perubahan, sekretariat, umum, humas, keuangan, serta akuntansi. Dalam melaksanakan tugas pokok Bidang Administrasi dan Keuangan mempunyai fungsi merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi:

- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan SDM, hukum dan kepatuhan, serta manajemen perubahan.
- Pelaksanaan kegiatan sekretariat, umum dan humas.
- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan keuangan.
- Pelaksanaan kegiatan pengelolaan akuntansi.

Bidang Administrasi dan Keuangan terdiri dari:

- Seksi SDM, Hukum dan Manajemen Perubahan
- Seksi Sekretariat, Umum dan Humas
- Seksi Keuangan
- Seksi Akuntansi

## 3.2 Pembahasan

### 3.2.1 Kegiatan *Personal Selling* di Perum BULOG Kanwil Jambi

Diketahui bahwa *personal selling* tidak hanya di lihat dari faktor promosi saja, tapi juga memperkenalkan keunggulan dan manfaat dari produk tersebut. Hampir setiap perusahaan dapat mengambil kesempatan dari *Personal Selling* ini sama halnya dengan Perusahaan Umum milik negara yaitu BULOG. Dalam hal ini BULOG Kanwil Jambi yang secara umum merupakan lembaga pemerintah yang mempunyai tugas untuk menyediakan pangan bagi masyarakat pada harga yang terjangkau dan juga kegiatan komersil diseluruh daerah khususnya Kota Jambi.

Kegiatan ini berupaya untuk meningkatkan penjualan, memperkenalkan, dan mempromosikan produk-produk BULOG. Yang mungkin kita ketahui kebanyakan masyarakat melihat BULOG sebagai penyalur bantuan beras bagi masyarakat miskin dan itu menjadi melekat pada identitas BULOG.

Oleh karena itu BULOG Kanwil Jambi tidak melakukan kegiatan promosi maupun penjualan di Koperasi BULOG (KOPEL) saja. Untuk kegiatan *personal selling* yang dilakukan BULOG Kanwil Jambi salah satunya ialah membuka *stand* dengan mobil *box* pada kegiatan *Car Free Day* (CFD) di sekitar Perkantoran Gubernur, kegiatan ini merupakan kegiatan rutin BULOG Jambi di akhir pekan. Selama kegiatan, BULOG Kanwil Jambi melakukan presentasi penjualan kepada orang yang lalu lalang ataupun

mereka yang mendatangi *stand* BULOG, diharapkan pula tertarik dan membeli produk.

Untuk itu dalam menjalankan kegiatan operasionalnya Perum BULOG Kanwil Jambi menggunakan beberapa strategi *personal selling*, Menurut Kotler & Keller (2016), yaitu prospekting dan kualifikasi, pra-pendekatan, pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan pelayanan purna jual.

#### 1. Prospekting dan Kualifikasi (*prospecting and qualifying*)

Langkah pertama yang dilakukan ialah mencari calon pelanggan potensial dengan berbagai cara salah satunya ialah mendatangi keramaian untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan, seperti Perum BULOG Kanwil Jambi yang membuka *stand* di *Car Free Day* (CFD) di sekitar kantor gubernur.

#### 2. Pra Pendekatan (*Preapproach*)

Langkah kedua ini berupaya untuk mempelajari prospek atau apa yang dibutuhkan oleh calon pelanggan potensial, seperti karakteristik konsumen, kebutuhan maupun gaya hidup.

#### 3. Pendekatan (*approach*)

Dalam langkah pendekatan ini dituntut *sales person* yaitu karyawan Perum BULOG Kanwil Jambi yang melakukan kegiatan penjualan *personal selling* memberikan kesan yang baik untuk menarik calon konsumen. Dengan cara yang baik dalam menyambut calon konsumen ketika datang ke *stand*.

4. Presentasi dan Demontrasi (*Presentation and demonstration*)

Sebelum melakukan langkah berikut ini sebaiknya *sales person* memahami produk-produk yang dijual, agar saat presentasi bisa menggugah hati calon konsumen untuk membeli produk yang dipresentasikan tersebut. Seperti apa keunggulan produk yang berasal dari BULOG Kanwil Jambi.

5. Mengatasi keberatan (*Handling Objecting*)

Dalam langkah ini ditemui bahwa masyarakat/calon konsumen berpendapat bahwa produk dari BULOG masih kurang dari produk-produk perusahaan yang telah ada. Oleh karena itu *sales person* dari Perum BULOG Kanwil Jambi harus mempresentasikannya dengan cukup yakin agar masalah tersebut tak terjadi.

6. Menutup Penjualan (*Closing*)

Dengan presentasi yang baik mengenai produknya dan telah menangani *handling objecting* dengan baik pula maka kemungkinan calon konsumen ini akan membeli produk yang dijual oleh Perum BULOG Kanwil Jambi.

7. Pelayanan Purna Jual (*Follow up*)

Langkah terakhir dalam strategi *personal selling* di Perum BULOG Kanwil Jambi yaitu *follow up*, *follow up* yang dimaksud ialah hubungan yang terjalin baik antara konsumen dengan Perum BULOG Kanwil Jambi. Jika telah terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak, memungkinkan konsumen ini untuk membeli produk dari BULOG.

### **3.2.2 Kendala yang dihadapi Perum BULOG Kanwil Jambi dalam melakukan kegiatan *personal selling***

Kendala yang dialami dalam pelaksanaan *personal selling* di Perum BULOG Kanwil Jambi sebagai berikut :

#### 1. Lebih banyak mengeluarkan tenaga karyawan.

Dalam melakukan kegiatan *personal selling* banyak mengeluarkan tenaga, karena harus bertemu dengan calon konsumen yang kemungkinan untuk membeli rendah.

*Personal selling* yang dilakukan oleh Perum BULOG Kanwil Jambi membutuhkan tenaga yang besar karena dalam melakukan presentasi tentang produk kadang tidak secara masal melainkan secara individu. Jadi, promosi dengan *personal selling* membutuhkan waktu yang lama dari awal presentasi hingga sampai terjadinya pembelian atau transaksi.

#### 2. Keterbatasan dalam menjangkau calon konsumen.

Dalam pelaksanaan *personal selling* Perum BULOG Kanwil Jambi harus bertemu langsung atau bertatap muka dengan calon konsumen memiliki keterbatasan karena menjangkau calon konsumen yang cakupannya luas.

Sehingga dalam pelaksanaan *personal selling* pun terdapat kendala, seperti Perum BULOG Kanwil Jambi hanya membuka *stand* hanya di satu tempat saja yaitu disaat *Car Free Day* di sekitaran kantor gubernur.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

Dalam kegiatan penjualan langsung Perum BULOG Kantor Wilayah Jambi menggunakan penjualan langsung yaitu *personal selling*. Yang dilakukan melalui kegiatan promosi dan pengenalan produk di *event Car Free Day* di area perkantoran gubernur.

#### **4.2. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran agar Perum BULOG Kanwil Jambi memperbanyak aktivitas *personal selling*. Perum BULOG Kanwil Jambi dapat melakukan promosi dan penjualan langsung di pasar tradisional maupun di *event-event* yang ada di wilayah Kota Jambi. Dengan begitu, produk Perum BULOG Kanwil Jambi dapat lebih dikenal masyarakat di Kota Jambi.

## DAFTAR PUSTAKA

2018. *Sejarah BULOG*. <http://180.250.19.213/sejarah.php> , diakses pada 14 Juni 2021.
- Bianco. 2010. <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Res-Sec/Public-Relation> , diakses pada 16 Juni 2021.
- D.Shanks. 2009. *Marketing a Strategic Perspective*. Pearson
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andy. Yogyakarta
- Hartono. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- <http://www.bulog.co.id/>, diakses pada 16 Juni 2021.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Badan\\_Urusan\\_Logistik](https://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Urusan_Logistik) , diakses pada 14 Juni 2021.
- Kotler & Amstrong. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip. 2012. *Pemasaran*. Indeks : Jakarta

Program Studi : Manajemen Pemasaran

1. Nama Lengkap : I Gede Bayu Mustika Aji
2. No.HP : 082377375319
3. Tempat/Tanggal Lahir : Desa Marga, 19 Agustus 2000
4. Alamat Rumah : Desa Marga Manunggal Jaya Unit IV
5. E-Mail : radenmasgecol29@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

No.	Nama Pendidikan	Tahun		Spesialisasi Bidang
		Dari	Sampai	
1.	SD Negeri 169/IX Sungai Bahar	2006	2012	Umum
2.	SMP Negeri 13 Muaro Jambi	2012	2015	Umum
3.	SMA Negeri 4 Muaro Jambi	2015	2018	Ilmu Pengetahuan Sosial

Prestasi dan Penghargaan yang pernah diperoleh :

Waktu	Bentuk Prestasi/Penghargaan	Nama Instansi yang Memberi
2017	Raimuna Nasional	Kwartir Nasional
2020	Wakil Ketua UKM Pencak Silat Universitas Jambi	Universitas Jambi

Jambi, 2021

**I Gede Bayu Mustika Aji**  
C0B018032

**KEGIATAN HARIAN MAGANG**

WAKTU	KEGIATAN
Jumat, 05 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Penempatan bidang pada instansi</li> <li>➤ Perkenalan diruangan masing-masing</li> <li>➤ Pengenalan singkat mengenai BULOG dan tugas yang akan dikerjakan</li> </ul>
Minggu, 07 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengikuti kegiatan promosi dan pengenalan produk Perum BULOG Kanwil Jambi yang berlokasi di area CFD Kantor Gubernur Jambi</li> </ul>
Senin, 08 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memverikasi dokumen RPK di faktur pajak.</li> <li>➤ Mempelajari pekerjaan di bidang komersil</li> </ul>
Selasa, 09 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mencetak berkas SPS (Surat Perintah Setor) dan DO (Delivery Order)</li> </ul>
Rabu, 10 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menggabungkan berkas SPS, DO, PD1K, dan BAST.</li> </ul>
Kamis, 11 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menggabungkan berkas SPS, DO, PD1K, dan BAST.</li> <li>➤ Kegudang BULOG yang berlokasi di daerah Pasir Putih untuk mengambil beras sebanyak 250 kg, dan mengantar ke daerah Sipin selanjutnya ke Bank 9 Jambi.</li> </ul>
Senin, 15 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Merekap ulang RPK berada di Bulan Januari, melengkapi dari tanggal 5-29 Januari 2021</li> </ul>
Selasa, 16 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menggabungkan berkas SPS, DO, PD1K dan BAST.</li> <li>➤ Pergi ke gudang beras dan gudang DC untuk mengambil komoditi Beras, gula, tepung dan minyak.</li> </ul>
Rabu, 17 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Melayani pembelian beras oleh RPK dan mencatat di dalam nota.</li> </ul>
Kamis, 18 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Membuat surat perjanjian</li> </ul>
Jum'at, 19 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menggabungkan berkas SPS, DO, PD1K, dan BAST.</li> </ul>
Minggu, 21 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengikuti kegiatan CFD didaerah Gubernuran dalam kegiatan ini kami membuka stand dengan mobil box, sekaligus mempromosikan produk baru Perum BULOG.</li> </ul>

WAKTU	KEGIATAN
<p>Senin, 15 Februari 2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengadministrasikan dan mengarsipkan serta mempelajari surat masuk dan faksimili pada bidang ADA dan OPP untuk diberikan pada kasi terkait</li> <li>➤ Mengarsipkan dokumen surat masuk dan surat keluar pada bidang ADA dan OPP tahun 2020-2021</li> <li>➤ Membuat Nota Intern KPSH</li> </ul>
<p>Selasa, 16 Februari 2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengadministrasikan dan mengarsipkan serta mempelajari surat masuk dan faksimili pada bidang ADA dan OPP untuk diberikan pada kasi terkait</li> <li>➤ Menginput laporan stok harian komoditi komersial Perum BULOG wilayah Jambi</li> <li>➤ Membuat Nota Intern KPSH</li> </ul>
<p>Rabu, 17 Februari 2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput laporan stok harian komoditi komersial Perum BULOG wilayah Jambi</li> <li>• Mengadministrasikan dan mengarsipkan serta mempelajari surat masuk dan faksimili pada bidang ADA dan OPP untuk diberikan pada kasi terkait</li> <li>• Menyusun SPK pengadaan Beras/Pangan Lain</li> </ul>
<p>Kamis, 18 Februari 2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menginput laporan stok harian komoditi komersial Perum BULOG wilayah Jambi</li> <li>• Mengadministrasikan dan mengarsipkan serta mempelajari surat masuk dan faksimili pada bidang ADA dan OPP untuk diberikan pada kasi terkait</li> <li>• Mencetak dan mengadministrasikan DO (Delivery Order) penjualan beras KPSH.</li> </ul>
<p>Jum'at, 19 Februari 2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengadministrasikan dan mengarsipkan serta mempelajari surat masuk dan faksimili pada bidang ADA dan OPP untuk diberikan pada kasi terkait</li> <li>• Membuat faksimili keluar yang berasal dari pusat untuk diteruskan ke kancab</li> <li>• Membuat Nota Intern KPSH</li> </ul>

WAKTU	KEGIATAN
Senin, 22 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput BS (Bukti Setor) di dalam SPS dua minggu yang lalu.</li> <li>➤ Ikut mengantar beras sebanyak 25 karung/1250 kg di daerah Ness Batanghari.</li> </ul>
Selasa, 23 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput BS (Bukti Setor)</li> <li>➤ Mencetak SPS dan DO</li> <li>➤ Menggabungkan dan scan berkas</li> </ul>
Rabu, 24 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor (BS)</li> <li>➤ Menginput SPS dan DO</li> </ul>
Kamis, 25 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor (BS)</li> <li>➤ Mencetak SPS dan DO</li> <li>➤ Pergi ke gudang untuk mengembalikan beras, beras premium dan beras medium, tepung dan gula</li> </ul>
Jum'at, 26 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Senin, 01 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Menggabungkan berkas SPS, DO, PD1K dan BAST</li> </ul>
Selasa, 02 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Mencetak dan memperbanyak berkas</li> </ul>
Rabu, 03 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Kamis, 04 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memeriksa kelengkapan berkas SPS, DO, PD1K, dan BAST bulan Oktober November dan Desember 2021.</li> </ul>
Jum'at, 05 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Mencetak kekurangan berkas SPS, DO, PD1K, dan BAST bulan Okrober, November, Desember 2021.</li> </ul>
Senin, 08 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Mencetak dan menggabungkan SPS, DO, PD1K, dan BAST.</li> <li>➤ Pergi ke gudang untuk mengambil PD1K.</li> </ul>
Selasa, 09 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Mengumpulkan arsip November 2020</li> </ul>
Rabu, 10 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Jum'at, 12 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Senin, 15 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Mencetak Berkas PBI</li> <li>➤ Mengurutkan nama-nama RPK</li> </ul>

WAKTU	KEGIATAN
Selasa, 16 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Menyesuaikan urutan nama RPK</li> </ul>
Rabu, 17 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mencetak dan mengarsipkan berkas di outner bulan Oktober, November, Desember 2020</li> </ul>
Kamis, 18 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ mengarsipkan berkas di outner bulan Oktober, November, Desember 2020</li> </ul>
Jum'at, 19 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Menyiapkan berkas untuk pemeriksaan oleh SPI</li> </ul>
Senin, 22 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Menyiapkan berkas</li> </ul>
Selasa, 23 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> <li>➤ Menyiapkan berkas-berkas untuk pemeriksaan SPI</li> </ul>
Rabu, 24 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Kamis, 25 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Jum'at, 26 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Senin, 29 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Selasa, 30 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Rabu, 31 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Kamis, 01 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>
Senin, 05 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Melakukan kegiatan penjualan di sekitaran pasar kasang</li> <li>➤ Menginput Bukti Setor</li> </ul>



**Kegiatan pengenalan produk melalui kegiatan penjualan Perum BULOG Kanwil Jambi**  
(Dokumentasi Pribadi)





**Kegiatan Senam pagi Bersama Karyawan/I Perum BULOG Kanwil Jambi**  
(Dokumentasi Pribadi)



**Gudang Beras BULOG Kanwil Jambi**  
(Dokumentasi Pribadi)



**Penyerahan Kenang-kenangan sekaligus perpisahan dengan karyawan/I Perum Bulog Kanwil Jambi**  
(Dokumentasi Pribadi)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JAMBI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS <b>UNIT PENJAMINAN MUTU PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARN</b>	Kode/No : UNJA-FEB-D3.DM.M.081206
	Tanggal : Februari 2021
SPMI	Revisi : -
PENILAIAN AKTIVITAS PESERTA PKL / MAGANG MAHASISWA	Hal : 1

NAMA MAHASISWA : I Gede Bayu Mustika Aji  
NIM : COB018032  
NAMA INSTANSI : Perum BUKOG Kanwil Jambi  
PERIODE : 05 Februari s/d 05 April 2021

No	Kriteria yang dinilai	Nilai Angka
1.	Kehadiran	89
2.	Kedisiplinan	92
3.	Kejujuran	90
4.	Kemampuan melaksanakan pekerjaan	93
5.	Tanggung jawab	92
6.	Kreativitas	93
7.	Etika	92
8.	Semangat kerja	92
9.	Tingkat keberhasilan penyelesaian tugas	90
10.	Komunikasi	93
11.	Kerjasama	92
12.	Kerapian	90
Total		1.098
Rata-rata		91,5

Keterangan Nilai :

Nilai Angka	Nilai Huruf
80-100	A
77-79,99	A-
75-76,99	B+
70-74,99	B
67-69,99	B-
62-66,99	C+
60-62,99	C
55-59,99	D+
45-54,99	D
<44,99	E

Jambi,  
Instruktur Lapangan,

Ismail Fauziefin



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kode/No : UNJA-FEB-D3.DM.M.081205

Tanggal : April 2021

**UNIT PENJAMINAN MUTU PROGRAM DIPLOMA III**

SPMI

Revisi : -

PENILAIAN AKTIVITAS PESERTA PKL / MAGANG  
MAHASISWA

Hal : 1.

NAMA MAHASISWA : I. Gede Samsi Muisiba M.  
NIM : 003020032  
NAMA INSTANSI : Perum Kelog. Kencana Jambi  
PERIODE : Februari s/d April

No	Kriteria yang dinilai	Nilai Angka
1.	Kehadiran	85
2.	Kedisiplinan	90
3.	Kejujuran	90
4.	Kemampuan melaksanakan pekerjaan	90
5.	Tanggung jawab	92
6.	Kreativitas	90
7.	Etika	93
8.	Semangat kerja	93
9.	Tingkat keberhasilan penyelesaian tugas	90
10.	Komunikasi	93
11.	Kerjasama	95
12.	Kerapian	93
Total		1.094
Rata-rata		91,2

Keterangan Nilai :

Nilai Angka	Nilai Huruf
80-100	A
77-79,99	A-
75-76,99	B+
70-74,99	B
67-69,99	B-
62-66,99	C+
60-62,99	C
55-59,99	D+
45-54,99	D
<44,99	E

Jambi, 25 Mei 2021  
Dosen Pembimbing Lapangan,

Adi Kusnan Syahri A-SE.mmm