



PENDAHULUAN

Latar Belakang

PT Pertamina Gas Negara (PGN) adalah perusahaan nasional Indonesia terbesar di bidang transportasi dan distribusi gas bumi yang berperan besar dalam pemenuhan gas bumi domestik. Pertamina Gas Negara memiliki beberapa divisi dalam pembagiannya. Penugasan, yang pertama antara lain, *Head Area*, Sekretaris Perusahaan, *Sales Manager*, *Customer Management*, *Area Support*, dan *Operation Maintenance Manual*.

Divisi *sales* merupakan salah satu divisi pemasaran promosi yang berada di PT Pertamina Gas Negara. Divisi *sales* sendiri memiliki program kerja, yaitu melakukan sosialisasi terkait untuk promosi program jaringan Gaskita terhadap warga di Kota Bogor maupun Kabupaten Bogor dengan tujuan agar masyarakat menggunakan produk yang telah dipaparkan oleh peran *sales* saat sosialisasi tersebut.

Produk Gaskita adalah solusi energi terintegrasi Pertamina Gas Negara bagi pelanggan residensial dan usaha kecil yang bersih, praktis, dan terjangkau. Gaskita dapat juga digunakan untuk berbagi kebutuhan energi sehari-hari untuk memasak, pemanas air hingga keperluan pengering pakaian. Produk Gaskita merupakan salah satu implementasi diversifikasi produk Perusahaan Gas Negara yang memiliki sifat barang publik untuk memenuhi kebutuhan dasar atau primer masyarakat dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

Pengajuan sosialisasi yang dilakukan oleh tim *sales* berupa pengajuan proposal terlebih dahulu terkait untuk penjualan jaringan Gaskita. Proposal yang diajukan oleh *sales* harus menunggu persetujuan terlebih dahulu dari kelurahan ataupun kecamatan yang telah menyetujui untuk dilakukannya pemasangan. Hal ini mencerminkan salah satu karakteristik *Environmental, Social, and Corporate Governance (ESG)* di mana suatu perusahaan menjamin hubungan dengan masyarakat dan pemerintah daerah. Alasan agar dapat dengan mudah dicapai oleh masyarakat yang belum mengetahui tentang produk yang kami tawarkan. Produk yang ditawarkan kepada masyarakat itu sendiri adalah *Gaskita*, produk itu sendiri adalah produk gas yang menggunakan bahan metana sebagai bahan utama produk Gaskita.

Harapan dengan masyarakat menggunakan produk Gaskita adalah memudahkan masyarakat, karena produk kami memiliki keunggulan yaitu akan memudahkan masyarakat untuk memasak ataupun mengerjakan sesuatu yang membutuhkan pembakaran. Produk Gaskita tidak lagi menggunakan tabung seperti gas lainnya melainkan menggunakan pipa yang akan langsung tersambung dengan alat masak, selain itu Gaskita tidak akan meledak jika pipa alirnya bocor karena bahan yang terdapat dalam Gaskita akan terurai dalam udara, dan juga Gaskita lebih ekonomis dibandingkan gas biasanya. Produk ini mencerminkan adanya prinsip efektivitas dan efisiensi.

Alasan penting melakukan promosi agar produknya bisa mudah untuk dikenali oleh masyarakat yang menginginkan pemasangan gas. Promosi dilakukan untuk memudahkan masyarakat jika ingin melakukan pendaftaran untuk pemasangan produk gas tersebut. *Sales* dalam melakukan promosi harus memperhatikan apakah dalam melaksanakan sosialisasi produk membuat para masyarakat tertarik atau tidak. *Sales* harus dapat mengunggulkan produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



ditawarkan sehingga masyarakat menginginkan produk tersebut. Promosi produk dilakukan untuk meningkatkan profit atau meningkatkan profit atau keuntungan perusahaan.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diselesaikan pada tugas akhir ini ialah:

1. Bagaimana peran Divisi *Sales* PGN di PT PGN Kota Bogor?
2. Bagaimana cara promosi produk Gakita di PT PGN Kota Bogor?
3. Apa saja kendala dan solusi dalam promosi produk Gaskita di PT PGN Kota Bogor?

Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Menjelaskan mengenai peran Divisi *Sales* PGN di PT PGN Kota Bogor.
2. Menjelaskan cara promosi produk Gaskita di PT PGN Kota Bogor.
3. Menjelaskan kendala dan solusi dalam promosi produk Gaskita di PT PGN Kota Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu

Penulisan Laporan Akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan selama dua bulan dimulai pada tanggal 1 Februari 2022 hingga 1 April 2022 di Kantor Pertamina Gas Negara (PGN) yang beralamat di Jalan M.A Salmun No. 41 Ciwaringin, Bogor Tengah.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen adalah data yang diperoleh penulis dalam mengerjakan laporan akhir. Data dan instrumen memiliki dua arti yang berbeda, dimana data adalah sebuah catatan atau sekumpulan fakta yang dibutuhkan dalam mengolah sesuatu, sedangkan instrument penelitian adalah alat atau Teknik yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif dan kuantitatif.

1. Data Primer
Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan dan ikut serta langsung dalam kegiatan sosialisasi di Kecamatan Bogor.
2. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data Sekunder diperoleh dari berbagai referensi, buku-buku yang terkait dengan materi.
3. Instrumen
Instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data dan penulisan makalah seminar, berupa daftar pertanyaan, kamera, dan *smartphone*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pembuatan makalah seminar ini adalah sebagai berikut:

