



Analisis Pelaksanaan Pemasaran dalam Upaya Memperkenalkan Produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga

Analysis of Marketing Implementation in Efforts to Introduce Bulog Products to Communities in Sibolga City

Kaharuddin^{1*}, Reli Sinaga²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Alwashliyah Sibolga Tapanuli Tengah

Corresponding author*: simamorakaharuddin63@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Kansilog Perum Bulog di Kota Sibolga untuk mengetahui: Analisis Pelaksanaan Pemasaran dalam Upaya Memperkenalkan Produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga (Study Kasus di Kansilog Sibolga). Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian komparatif yang menguraikan dan membandingkan tentang pelaksanaan pemasaran dengan upaya dalam memperkenalkan produk bulog pada masyarakat di Sibolga antara melalui pelanggan individu dan melalui RPK (Rumah Pangan Kita). Dengan jumlah sampel sebanyak 30 yaitu 20 pelanggan individu dan 10 Sahabat RPK. Instrumen Penelitian yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan kuesioner kepada pelanggan dan sahabat RPK, dari hasil penelitian dibuat tabulasi data dengan menggunakan opsi jawaban responden. Dari hasil perhitungan statistik diketahui koefisien antara Pelanggan Individu dan Sahabat RPK adalah sebesar 0.660 dan perbandingan ini adalah signifikan. Besarnya perbandingan antara melalui Pelanggan Individu dan Sahabat RPK adalah 0.4356 atau 44% artinya RPK lebih berperan banyak dalam memasarkan produk Bulog sebesar 56% sedangkan sisanya 44% yaitu melauai pelanggan individu. Perbandingan ini bersifat linear sederhana yang diperoleh persamaan regresi adalah $Y=2.214+0.939X$ menunjukkan bahwa perbandingan antara Pelanggan Individu dan RPK kearah yang signifikan. Hipotesis yang diajukan penulis yang berbunyi pada BAB I, dapat diterima karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.652 \geq 1.701$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, oleh karena itu hipotesis yang diajukan pada BAB I, dapat "diterima".

Kata Kunci: Masyarakat, Memperkenalkan, Pemasaran, Produk, Upaya

Abstract

This research was conducted at the Kansilog Perum Bulog in Sibolga City to find out: Analysis of Marketing Implementation in an Effort to Introduce Bulog Products to the Community in Sibolga City (Case Study at Kansilog Sibolga). The research design used is a comparative research design that describes and compares the implementation of marketing with efforts to introduce Bulog products to the community in Sibolga between individual customers and through RPK (Rumah Pangan Kita). With a total sample of 30, namely 20 individual customers and 10 members of the RPK. The research instruments used were observations, interviews and questionnaires to customers and friends of RPK, from the results of the study, tabulation of data was made using respondent's answer options. From the results of statistical calculations, it is known that the coefficient between Individual Customers and Friends of RPK is 0.660 and this comparison is significant. The comparison between individual customers and Friends of RPK is 0.4356 or 44%, meaning that RPK plays more of a role in marketing Bulog's products by 56% while the remaining 44% is through individual customers. This comparison is simple linear, the regression equation obtained is $Y=2.214+0.939X$ indicates that the comparison between individual customers and RPK is significant. The hypothesis proposed by the author which reads in CHAPTER I, can be accepted because the value of



All Fields of Science J-LAS

Jurnal Penelitian

Available Online: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>



tcount is greater than t_{table} ($4,652 \geq 1,701$) then H_0 is rejected and H_a is accepted, therefore the hypothesis proposed in CHAPTER I, can be "accepted".

Keywords: Society, Introducing, Marketing, Product, Effort

PENDAHULUAN

Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum Bulog) suatu perusahaan umum milik negara yang sangat penting untuk menstabilkan perekonomian masyarakat, Lembaga yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup lembaga ini meliputi usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran. Sebagai lembaga 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.

Dalam menjalankan pelayanan publik, peran dan fungsi Perum Bulog sangat mutlak mengelola single commodity berupa beras. Namun pada pelaksanaan tugas yang bersifat komersial memiliki kewenangan yang lebih luas untuk mengelola usaha multi komoditi termasuk komoditi pangan, seperti: gula, jagung, kedelai, dan sebagainya.

Perum Bulog harus dapat merencanakan untuk membuka peluang bisnis perdagangan komersial khususnya beras untuk menembus beberapa segmentasi pasar dan bersaing dipasaran umum dengan mekanisme pasar seutuhnya. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk yang dijual/ditawarkan, desain produk, promosi produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.

Perusahaan dapat mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengan konsumen, sehingga diharapkan konsumen akan datang kembali untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini adalah untuk mendapatkan atau merebut pangsa pasar/market share serta untuk dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar, maka suatu perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin.

Harga komoditas yang tersedia di Bulog lebih terjangkau oleh masyarakat, bila dibandingkan harga pasar untuk produk sejenis. Produk bermerek KITA, Produk yang dikeluarkan oleh Bulog mulai dari minyak goreng Kita, Beras Kita, gula Manis Kita, Tepung Terigu Kita, dan Daging Kita dijual dengan harga bisa terbeli, namun memenuhi kelayakan edar dengan kualitas pangan yang terjamin.

Selama ini menurut divisi penjualan langsung Bulog, penjualan komoditas produk KITA melalui Bulog biasanya sangat diminati oleh masyarakat dan habis terjual. Sebagai produk kebutuhan sehari-hari, memang pastilah mau tidak mau akan digunakan. Terlebih menjelang ramadhan yang umumnya disertai kebutuhan meningkat atas produk sembako. Produk KITA bisa menjadi pilihan masyarakat bila dengan harganya yang terjangkau, menjanjikan kualitas yang baik saat digunakan.

Namun perlu diingat. Buat masyarakat umum, terutama ibu-ibu kebanyakan yang biasa berurusan dengan semua produk sembako, suatu merek sebenarnya tidaklah menjadi soal. Harga yang murah, produk yang mudah didapat, serta sehat dan layak konsumsi akan menjadi pertimbangan untuk pilihan. Tinggal bagaimana Bulog benar-benar mampu menjamin itu semua di masyarakat, sesuai dengan semboyannya yang Mudah, Murah, dan Sehat.

Jaminan pasokan dan stabilitas harga barang kebutuhan pokok sangat diharapkan masyarakat. Termasuk kontrol harga dan kontrol persediaan barang. "Beras merupakan

kebutuhan utama masyarakat, sehingga keberadaannya harus tetap terjaga, harganya juga harus tetap terkontrol. Sebagaimana diketahui, komoditas beras juga memiliki andil sebagai salah satu penyumbang inflasi di Kota Sibolga pada Januari 2014 yang lalu.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian ini adalah: Adakah Perbedaan cara pelaksanaan pemasaran dalam upaya memperkenalkan produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga ?

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan dalam menyelesaikan Skripsi ini adalah Untuk Menganalisa cara pelaksanaan Pemasaran dalam upaya memperkenalkan Produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga dan membandingkan perbedaan pelaksanaan pemasaran dalam memperkenalkan produk Bulog antara melalui RPK dan Pelanggan Individu.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian Deskriptif komparatif, merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Sugianto (2008:36) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan skema hubungan dan pengaruh yang dalam dari dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat obyek yang diteliti. Penelitian ini mengambil Lokasi di Kantor Seksi Logistik (KANSILOG) Sibolga beralamat di Jl. P. Sidimpunan Km 3,9 Sarudik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang didayagunakan untuk memenuhi sesuatu yang baru atau menambah kepada sesuatu yang baru atau menambah kepada sesuatu yang belum diketahui. Dalam penulisan ini, data serta keterangan yang disajikan merupakan data primer dan sekunder adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian Kepustakaan (Library Research)
Library Research adalah penelitian yang dilakukan dengan menelaah buku-buku literatur dan sumber lainnya yang relevan dengan teliti, apakah itu diperpustakaan atau ditempat lain sehingga diperoleh landasan yang mendukung penulisan skripsi.
- b. Penelitian Lapangan (Field Research)
Field Research adalah penelitian yang langsung dilaksanakan pada Kansilog Sibolga dan Konsumen yang menyangkut dengan penelitian antara lain:
 - a. Wawancara, yaitu mengadakan wawancara langsung dengan subjek yang menjadi sampel dalam penelitian. Data seperti ini disebut dengan data primer.
 - b. Observasi, yaitu pengamatan langsung pada kantor untuk memperoleh data – data serta pengalaman praktis yang diperoleh penulis.
 - c. Kuesioner, teknik ini dilakukan dengan cara penyebaran daftar pertanyaan kepada seluruh responden. Pertanyaan yang terdapat dalam angket/kuisisioner diambil dengan dikembangkan dari indikator-indikator masing-masing variabel. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 option yang masing-masing pertanyaan diberi nilai sebagai berikut :
Skor untuk Option a diberi nilai 5

Skor untuk Option b diberi nilai 4

Skor untuk Option c diberi nilai 3

Skor untuk Option d diberi nilai 2

Skor untuk Option e diberi nilai 1

Untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data berdasarkan nilai tiap – tiap aspek, sesuai dengan Furchan (2010:197) nilai yang diperoleh dapat ditentukan dengan menggunakan interval dengan rumus:

Interval = (Jarak Pengukuran)/(Jumlah nilai)

Interval = (5-1)/5

= 0,8

Dengan interval = 0,8 maka skala nilai yang digunakan adalah :

Skala nilai antara 4,2 s/d 5,00 digolongkan dengan kategori sangat baik.

Skala nilai antara 3,3 s/d 4,1 digolongkan dengan kategori baik.

Skala nilai antara 2,4 s/d 3,2 digolongkan dengan kategori cukup.

Skala nilai antara 1,5 s/d 2,3 digolongkan dengan kategori kurang baik.

Skala nilai antara 0,6 s/d 1,4 digolongkan dengan kategori buruk.

Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis dengan metode diskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 2.5 Windows dengan beberapa tahap untuk menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi atau pengamatan yang peneliti lakukan diketahui bahwa produk dari Bulog kurang diminati oleh masyarakat luas, sebab selain banyaknya brand – brand besar yang telah terlebih dahulu merajai pasar, *imej* Bulog sudah dikenal kurang bagus sebab diawal kemunculannya Beras Raskin yang dikelola oleh Bulog pernah mengalami kerusakan dan menurunnya tingkat kualitas beras dan membuat kekecewaan di hati masyarakat. Namun, saat ini selain semakin berkembangnya Bulog dengan menghadirkan produk–produk yang kian melengkapi kebutuhan dapur masyarakat, Bulog berusaha merubah *statement* masyarakat dan *mindset* mengenai Produk dari Bulog agar menjadi produk yang juga layak dicintai masyarakat. Maka saat ini Bulog sangat gencar memperkenalkan/mempromosikan produknya melalui berbagai cara seperti: pasar murah, via media online, dan Sahabat RPK (Rumah Pangan Kita). Sebab selama ini masyarakat hanya mengetahui bahwa Bulog bersifat sebagai pelayanan publik, penyalur Beras Raskin dari pemerintah. Namun, saat ini Bulog juga telah berbisnis dengan menghadirkan produk – produk pangan lainnya.

Analisis Deskriptif Komparatif

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner, berdasarkan tabulasi hasil kuisioner tersebut diperoleh gambaran umum mengenai perbandingan pelaksana pemasaran. Dalam penelitian ini adalah berdasarkan seberapa jauh perbandingan pelaksanaan pemasaran dalam upaya memperkenalkan produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga antara melalui RPK atau Pelanggan Individu.

Tabel 4.4. Daftar RPK (Rumah Pangan Kita) dan Pelanggan Individu

Pelaksana Pemasaran	Frekwensi (Orang)	Persentase
RPK (Rumah Pangan Kita)	10 orang	33%
Pelanggan Individu	20 orang	67%
Jumlah	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah (2019)

Dari Tabel 4.4 bahwa diantara RPK dan Pelanggan Individu, pelaksana pemasaran produk Bulog adalah RPK sebanyak 10 sahabat RPK atau 40% sedangkan melalui Pelanggan Individu sebanyak 20 orang atau 60% .

Tabel 4.5

No	Jenis Profesi	Jumlah	Presentase
1	Wiraswasta	9 orang	30%
2	Ibu Rumah Tangga	12 orang	40%
3	Asisten Rumah Tangga	7 orang	23%
4	Mahasiswa	2 orang	7%
Jumlah		30 orang	100%

Karakteristik Responden Pada KANSILOG Sibolga Berdasarkan Profesi

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah (2019)

Dari tabel 4.5 di atas, dapat dilihat responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 9 orang (30%), dan responden yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 12 Orang (40%), responden yang berprofesi sebagai Asisten Rumah Tangga sebanyak 7 orang (23%) dan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa hanya 2 orang (7%).

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Pada KANSILOG Sibolga Berdasarkan Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	Pendidikan S-1	3 Orang	10 %
2	Pendidikan Diploma - III	2 Orang	7 %
3	Pendidikan SLTA	19 Orang	63 %
4	Pendidikan SLTP	6 Orang	20 %
Jumlah		30 Orang	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah (2019)

Pada Tabel 4.6 dapat dilihat responden dengan tingkat pendidikan S-1 sebanyak 3 orang (10%) dan responden dengan tingkat pendidikan D-III sebanyak 2 orang (7%) responden dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 19 orang (20%) dan responden dengan tingkat pendidikan SLTP sebanyak 6 orang (20%).

Tabel 4.7. Karakteristik Responden Pada KANSILOG Sibolga Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
1	Laki - laki	12 orang	60 %
2	Perempuan	18 orang	40 %
Jumlah		30 orang	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah (2019)

Pada Tabel 4.7 dapat dilihat responden perempuan lebih banyak dari responden perempuan yaitu 60% berbanding 40% .

Analisis Deskriptif Variabel

Sesuai dengan tujuan analisis deskriptif, yaitu untuk memberikan gambaran mengenai hasil penelitian sehubungan dengan variabel-variabel yang diteliti maka sebelum analisis dilakukan analisis deskriptif terhadap masing-masing variabel. Pada tabel 4.8, tabel 4.9, tabel 4.7 selanjutnya akan ditabulasikan data Pelaksanaan Pemasaran dari setiap item sebagai berikut:

Tabel – 4.8. Data Hasil Jawaban Responden Tentang Pelaksanaan Pemasaran (X)

No	Pelaksanaan Pemasaran															Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	66
2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	5	3	5	57
3	4	2	2	5	3	4	3	4	2	4	3	4	3	5	4	52
4	5	5	3	4	3	5	3	5	5	3	3	4	3	4	3	58
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	70
6	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	2	3	2	4	3	59
7	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	46
8	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	71
9	2	3	4	3	3	5	5	2	3	5	2	2	2	3	2	46
10	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	66
11	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	48
12	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	66
13	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	4	2	48
14	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	70
15	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	66
16	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	2	4	42
17	3	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	4	59
18	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	4	4	5	4	63
19	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	5	4	2	62
20	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	4	3	48
22	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	5	3	2	49
23	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	5	3	60
24	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	2	3	3	47
25	4	4	4	5	3	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	58
26	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	68
27	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	5	3	2	49
28	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	5	3	60
29	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	2	3	3	47
30	3	4	4	5	3	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	57
	Jumlah															1726

Sumber Angket Penelitian, 2019

Berdasarkan data tabel diatas, Selanjutnya akan ditabulasikan data-data Pelaksanaan Pemasaran dari setiap item sebagai berikut:

Tabel – 4.9. Tabulasi Data Pelaksanaan Pemasaran (Variabel X) Dari setiap Item

Aspek yang Ditanyakan	No. Item	Alternatif Jawaban					Jumlah
		A	B	C	D	E	
Pelaksanaan Pemasaran	1	7	11	9	3	0	30
	2	4	14	9	3	0	30
	3	9	14	5	2	0	30
	4	10	10	8	2	0	30
	5	3	6	10	1	0	30
	6	7	13	8	2	0	30
	7	14	7	8	0	0	30
	8	7	12	4	7	0	30
	9	11	11	5	3	0	30
	10	4	14	10	2	0	30
	11	10	10	2	8	0	30
	12	7	12	6	5	0	30
	13	12	8	2	8	0	30
	14	10	10	8	2	0	30
	15	2	11	7	5	0	30

Sumber : Angket Penelitian, 2019

Tabel – 4.10. Distribusi Frekuensi jawaban dan nilai Pelaksanaan Pemasaran (variabel X) setiap item

No. Item	Frekuensi jawaban										Jumlah		Rata- Rata
	A		B		C		D		E		F	Sc	
	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	
1	7	35	11	44	9	27	3	6	0	0	30	112	3.73
2	4	20	14	56	9	27	3	6	0	0	30	110	3.60
3	9	45	14	56	5	15	2	4	0	0	30	120	4.00
4	10	50	10	40	8	24	2	4	0	0	30	118	3.93
5	3	30	6	24	10	30	1	2	0	0	30	86	2.86
6	7	35	13	52	8	24	2	4	0	0	30	115	3.83
7	14	70	7	28	8	24	0	0	0	0	30	122	4.06
8	7	35	12	48	4	12	7	14	0	0	30	109	3.63
9	11	55	11	44	5	15	3	6	0	0	30	120	4.00
10	4	20	14	56	10	30	2	4	0	0	30	110	3.60
11	10	50	10	40	2	6	8	16	0	0	30	112	3.73
12	7	35	12	48	6	18	5	10	0	0	30	111	3.70
13	12	60	8	32	2	6	8	16	0	0	30	114	3.80
14	10	50	10	40	8	24	2	4	0	0	30	118	3.93
15	2	10	11	44	7	21	5	10	0	0	30	85	2.86

Jumlah	55.26
Rata-rata	3.68

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Dari data tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata penilaian variabel X (Pelaksanaan Pemasaran) berada pada kategori baik yaitu 3,68.

Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Y

Upaya Memperkenalkan Produk dalam penelitian ini berdasarkan beberapa pendapat, bahwa dapat dimengerti bahwa upaya memperkenalkan produk dapat diukur melalui indikator seperti: Iklan, Promosi Penjualan, Mempublikasikan dan Personal Selling.

Pada tabel 4.11, tabel 4.12, tabel 4.13 selanjutnya akan ditabulasikan data Upaya memperkenalkan produk Bulog pada masyarakat di Kota Sibolga sebagai berikut:

Tabel – 4.11. Data Hasil Jawaban Responden Tentang Memperkenalkan Produk Bulog (Y)

No	Memperkenalkan Produk Bulog															Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72
3	4	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	48
4	4	3	5	3	4	3	5	5	5	3	3	4	3	3	3	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
6	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	39
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	71
9	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	33
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	69
13	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	33
14	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	69
15	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	67
16	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	57
17	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	69
18	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	57
19	2	2	5	5	2	5	5	2	5	5	2	2	5	5	5	57
20	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	42
21	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	5	68
22	2	2	4	4	2	5	4	2	4	4	2	2	5	5	5	52
23	3	3	5	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	43
24	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	42
25	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	55
26	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	5	68
27	2	2	4	4	2	5	4	2	4	4	2	2	5	5	5	52

28	3	3	5	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	43
29	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	42
30	3	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	54
	Jumlah															1688

Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Berdasarkan data tabel diatas, selanjutnya ditabulasikan data variabel Y (Upaya Memperkenalkan Produk Bulog) dari setiap item, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel – 4.12. Tabulasi Data Memperkenalkan Produk Bulog (Variabel Y) Dari setiap Item

Aspek	No.	Alternatif Jawaban					Jumlah
yang Ditanyakan	Item	A	B	C	D	E	
Memperkenalkan Produk Bulog	1	7	11	7	5	0	30
	2	7	11	7	5	0	30
	3	12	9	8	1	0	30
	4	8	12	2	8	0	30
	5	6	12	7	5	0	30
	6	12	8	2	18	0	30
	7	9	13	9	5	0	30
	8	7	12	6	5	0	30
	9	11	11	5	3	0	30
	10	10	10	2	8	0	30
	11	5	13	7	5	0	30
	12	4	13	8	5	0	30
	13	12	8	2	8	0	30
	14	10	8	2	8	0	30
	15	12	8	2	8	0	30

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data berdasarkan nilai-nilai setiap aspek, sesuai dengan pendapat Furchan (2002:197) nilai yang diperoleh dapat ditentukan dengan menggunakan interval dengan rumus: $Interval = \frac{\text{Jarak Pengukur}}{\text{jumlahnilai}}$

$$Interval = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Lebih lanjut untuk mencari frekuensi jawaban nilai variabel Y (semangat Kerja pegawai) dari setiap item, dapat dilihat tabel berikut:

Tabel – 4.13. Distribusi Frekuensi jawaban dan nilai Upaya memperkenalkan produk Bulog (variabel Y) setiap item

No. Item	Frekuensi jawaban										Jumlah		Rata- Rata
	A		B		C		D		E		F	Sc	
	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	
1	7	35	11	44	7	21	5	10	0	0	30	110	3.60
2	7	35	11	44	7	21	5	10	0	0	30	110	3.60

3	12	60	9	36	8	24	1	2	0	0	30	122	4.06
4	8	40	12	48	2	6	8	16	0	0	30	110	3.60
5	6	30	12	48	7	21	5	10	0	0	30	109	3.63
6	12	60	8	32	2	4	18	32	0	0	30	128	4.26
7	9	45	13	52	9	27	5	10	0	0	30	134	4.46
8	7	35	12	48	6	18	5	10	0	0	30	111	3.70
9	11	55	11	44	5	15	3	6	0	0	30	120	4.00
10	10	50	10	40	2	6	8	16	0	0	30	112	3.73
11	5	25	13	52	7	21	5	10	0	0	30	108	3.60
12	4	20	13	52	8	24	5	10	0	0	0	106	3.53
13	12	60	8	32	2	6	8	16	0	0	30	114	3.80
14	10	50	8	32	2	6	8	16	0	0	30	104	3.46
15	12	60	8	32	2	6	8	16	0	0	30	114	3.80
Jumlah													56.83
Rata-rata													3.78

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

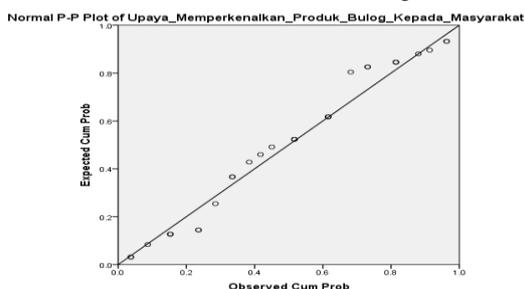
Dari data tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Y (Upaya Memperkenalkan Produk Bulog) berada pada kategori baik yaitu 3.78

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi kerja sistim SPSS 23. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji analisis grafik. Pengujian analisis grafik dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS-23 For Window.

Untuk analisis grafik dapat dilakukan dengan grafik P-P Plot. Pada grafik P-P Plot, sebab data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik datanya menceng kekiri atau kekanan melainkan menyebar disekitar garis diagonal yang ada pada gambar-4.1.

Gambar – 4.1. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

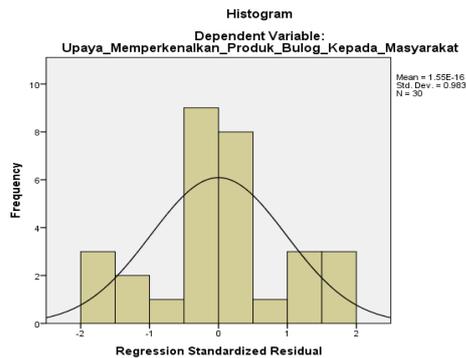


Sumber data diolah peneliti SPSS 23

Keterangan Gambar 4-1 diatas bahwa titik-titik antara variable independen dengan variable dependen mendekati garis diagonal, maka data variable X dan Variabel Y dapat dikatakan dengan normal, sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010:10)” Apabila titik-titik antara variabel independen dengan dependen saling berhubungan, dan mendekati garis diagonal pada suatu gambar tertentu, maka data tersebut dapat dikatakan dengan data normal”.

Selanjutnya dapat dilihat dari gambar grafik Histogram, berikut ini.

Gambar – 4.2



Sumber data diolah peneliti SPSS 23

Pada gambar – 4.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada grafik histogram, data yang mengikuti atau mendekati distribusi normal adalah data yang berbentuk lonceng. Pada penelitian ini gambar grafik histogram berbentuk lonceng sehingga dapat disimpulkan datanya adalah normal.

Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Pelaksanaan Pemasaran (X) Upaya Memperkenalkan Produk Bulog (Y), maka hasil dari pengolahan data melalui program SPSS 23 For Windows. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan dua variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut: Sugiyono (2005:2014)

- 0.80 – 1.00 : Korelasi Sangat Tinggi
- 0.60 - 0.79 : Korelasi tinggi
- 0.40 – 0.59 :Korelasi cukup tinggi
- 0.21 – 0.39 :Korelasi rendah
- 0.00 – 0.19 :Korelasi Sangat rendah

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Pelaksanaan Pemasaran(X) terhadap Upaya Memperkenalkan Produk Bulog (Y), maka hasil dari pengolahan data adalah:

Tabel – 4.16

Correlations

		Pelaksanaan_Pemasaran	Upaya_Memperkenalkan_Produk_Bulog
Pelaksanaan_Pemasaran	Pearson Correlation	1	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Upaya_Memperkenalkan_Produk_Bulog	Pearson Correlation	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan data melalui program SPSS 23 for windows

Koefisien Korelasi antara variable X dan Y adalah dengan nilai 0.660, artinya terdapat hubungan antara Pelaksanaan Pemasaran (Variabel X) dengan Upaya Memperkenalkan Produk Bulog (Variabel Y) dan hubungan tersebut tergolong korelasi

tinggi.

Uji t

Dari hasil perhitungan uji t diatas, maka selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , setelah dibandingkan dengan memperoleh hasil bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan taraf signifikan (sig) $0.000 \leq 0.05$ karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $4.652 \geq 1.701$. karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hubungan sangat signifikan dan hipotesis yang diajukan pada Bab – I dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dihasilkan penelitian tentang Analisis Pelaksanaan Pemasaran dalam Upaya Memperkenalkan Produk Bulog pada Masyarakat di Kota Sibolga (Study Kasus di Kansilog Sibolga) Maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Berdasarkan Koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0.660 maka dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi yang tinggi antara Sahabat RPK dan Pelanggan Individu pada Analisis Pelaksanaan Pemasaran dalam Upaya Memperkenalkan Produk Bulog Pada Masyarakat di Kota Sibolga. (2) Berdasarkan Analisis Koefisien Determinasi yang diperoleh sebesar $0.4356 = 44\%$ hal ini bermakna bahwa kemampuan dalam menjelaskan variasi variable Pelaksanaan Pemasaran sebesar 44% pada pelanggan Individu Analisis Pelaksanaan Pemasaran dalam Upaya Memperkenalkan Produk Bulog Pada Masyarakat di Kota Sibolga, sedangkan sisanya dijelaskan pada RPK dalam sebesar 56%. (3) Persamaan regresi yang diperoleh $Y=2.214+0.939X$ yang menunjukkan Pengaruh Pelaksanaan Pemasaran terhadap Upaya Memperkenalkan Produk Bulog akan bertambah besar koefisien (0.939) apabila Variabel Pelaksanaan Pemasaran di tambah dengan satu satuan. (4) Berdasarkan uji t yang dilakukan terhadap hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4.652 > 1.701$ yang berarti ada Pelaksanaan Pemasaran terhadap Upaya Memperkenalkan Produk Bulog di Sibolga. (5) Bahwa peran Bulog dalam memasarkan Produk Bulog sudah dinilai sangat baik, antara RPK dan Pelanggan Individu. Peran RPK cukup berpengaruh besar dalam memasarkan dan memperkenalkan produk Bulog kepada Masyarakat di Kota Sibolga.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, diajukan beberapa saran, yaitu: (1) Disarankan kepada Pimpinan Kansilog untuk lebih baik dalam membina outlet binaan yaitu RPK agar lebih banyak yang berminat dan tertarik dalam memasarkan produk Bulog. (2) Dalam meningkatkan penjualan dan tahap pengenalan produk Bulog disarankan agar Perum Bulog bisa berkerjasama dengan stasiun Televisi di tanah air dalam mempromosikan produk Bulog. (3) Disarankan juga Pimpinan selalu membangun komunikasi yang baik dengan seluruh karyawan dan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dengan memberi ruang kepada pelanggan untuk menyampaikan kritik atau saran membangun pada Kansilog Sibolga.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani, 2012, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, cetakan pertama, Penerbit: Graha ilmu, Yogyakarta.
- Armstrong & Kotler, 2012, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, cetakan pertama, Penerbit: Graha ilmu, Yogyakarta.
- Belch & Belch, 2009, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, cetakan pertama, Penerbit: Graha ilmu, Yogyakarta.

- Bintoro tjokroadmudjoyo, 2008, *Bisnis, Perencanaan Dan Pengembangan*, Edisi Asli, Penerbit: Mitra Wacana Media.
- Buchari Alma, 2007, *Business Plan*, Penerbit: PT. Remaja Rosdakarya.
- Drucker dalam kotler, 2008, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis*, Pada Penulis, Penerbit: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Furchan, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Goesnandi, 2011, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis*, Pada Penulis, Penerbit: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Hasibuan, 2007, *Manajmen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, cetakan pertama, Penerbit: Graha ilmu, Yogyakarta.
- Indriyo Gitosudarno, 2005, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Penerbit: CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2008, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit: CAPS Yogyakarta.
- Kotler & Keller, 2009, *Business Plan*, Penerbit: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morel et al, 2002, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis*, Pada Penulis, Penerbit: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Nasution yasin, 2014, *Business Plan*, Penerbit: PT. Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler, 2005, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Penerbit: CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Philip Kotler, 2008, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Penerbit: CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Soeharto & Soekamto, 2007, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Suharsismi Arikunto, 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Kedua, Penerbit: CV PUSTAKA SETIA.
- Sumarni & Soeprihanto, 2010, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Situmorang & Luthfi, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Kedua, Penerbit: CV PUSTAKA SETIA.
- Sugianto, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Kedua, Penerbit: CV PUSTAKA SETIA.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, 2008, *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit: Alfabeta Bandung
- Westra, 2009, *Jurus Marketing Paling Nonjok*, Penerbit: Transmedia Pustaka. Jakarta.
- William J. Stanton, 2007, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit: CAPS Yogyakarta.
- Alwashliya, STIE. *Buku Pedoman penulisan skripsi STIE Al-Washliyah*. <http://bulog.co.id>, humas@bulog.co.id, **BULOG**<http://bulog.co.id>. **BULOG**
- Khairuddin Tampubolon, Fider Lumbanbatu (2020), Analisis Penggunaan Knalpot Berbahan Komposit Untuk Mengurangi Tingkat Kebisingan Pada Motor Suzuki Satria, Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy, 4(2), 174-182.
From: <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4065>
- Elazhari, Khairuddin Tampubolon, Ali Mukti Tanjung, dkk (2022). *Implementation of the Guidance Policy for Fostered Citizens at Technical Implementation Unit (UPT) of Social Services for Homeless and Beggars Binjai, Social Service of North Sumatra Province; Journal: International Journal of Mechanical Engineering, V.7, No.1(hal:425-431)*.
URL: https://kalaharijournals.com/resources/41-60/IJME_Vol7.1_56.pdf.

- Elazhari, 2019. *Policy In the development of social development in society: Study of implementation of regional regulation number 4 of 2008 concerning handling of homeless and beggar in the ...*
- Muhammad Rajali, Elazhari, Khairuddin Tampubolon, (2021). Pencocokan Kurva Dengan Metode Kuadrat Terkecil dan Metode Gauss. *AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS*, 1(1), 14-22.
From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/9>
- Khairuddin Tampubolon, & Koto, F. R. (2019). Analisis Perbandingan Efisiensi Kerja Mesin Bensin Pada Mobil Tahun 2000 Sampai Tahun 2005 Dan Mobil Tahun 2018 Serta Pengaruh Terhadap Konsumsi Bahan Bakar Dan Cara Perawatannya Sebagai Rekomendasi Bagi Konsumen. *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 3(2), 76-83.
From <Http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Jmemme/Article/View/2773>
- Wispi Elbar, Khairuddin Tampubolon, (2020), Pengaruh Campuran Silikon Pada Aluminium Terhadap Kekerasan Dan Tingkat Keausannya, *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 4(2), 183-196.
From: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4070>
- Surya Irawan, Khairuddin Tampubolon (2021); Pengaruh Unsur Fe dan Penambahan Grain Refiner Al-5TiB Terhadap Morfologi Fasa Intermetalik dan Sifat Mekanis Pada Paduan Zamak 3, *Jurnal: Journal Of Mechanical Engineering Manufactures Materials And Energy*, V.5, No.2 (hal:96-114),
URL: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4629>
- Roswirman Roswirman, ELAZHARI, Khairuddin Tampubolon(2021) Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia; *AFoSJ-LAS (All Fields of Science J-LAS)*,V.1,no.4(hal.316-333).
- Elazhari, 2021. Pengaruh Motivasi Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di SMP Negeri 2 Tanjung Balai, *AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS*, 1(1), 44-53.
From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/7>
- Khairuddin Tampubolon, Elazhari, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(1-8).