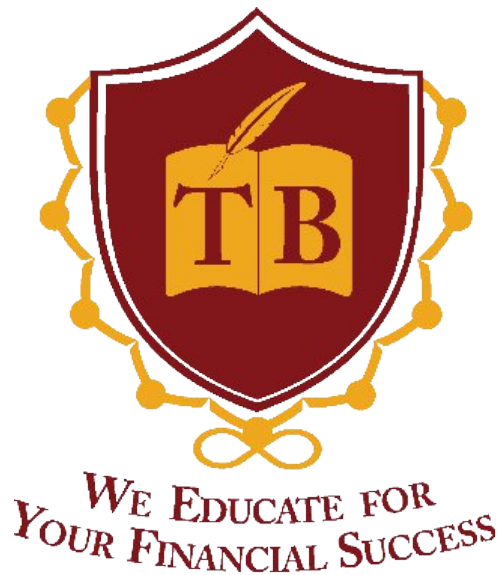


**PROSES PEMASARAN JARINGAN GAS (JARGAS)  
RUMAH TANGGA PT PGN DI KOTA BEKASI**

**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



**Oleh:**

Aryanto

242911908

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

### Proses Pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga PT PGN di Kota Bekasi

Oleh:

Aryanto  
242911908

## LAPORAN MAGANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Diajukan sebagai salah satu syarat mata  
kuliah Magang

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

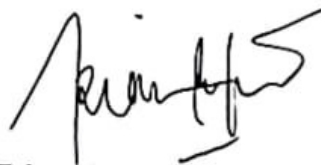
Bekasi, 14 Juli 2026

Ketua Penguji



Dr. Sofia Maulida, SE., MM.  
NIDN : 0309027801

Anggota Penguji



Triana Refelina ST., MM.  
NIDN : 0406056908

Ketua Program Studi Manajemen



Nathasa Stella, SE., MM  
NUPTK : 9546774675230273

## **TANDA PERSETUJUAN MAGANG**

Nama : Aryanto  
NIM : 242911908  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Studi : S1 Manajemen  
Judul : Proses Pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga  
PT PGN di Kota Bekasi

Laporan magang di atas disetujui sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mata kuliah pada Program Studi Manajemen di STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 06 Juli 2026

Mengetahui,

Ketua Progam Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



**Nathasya Stella, SE., MM**  
**NUPTK : 9546774675230273**



**Triana Refelina ST., MM.**  
**NIDN : 0406056908**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN MAGANG PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, laporan magang ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 30 Juni 2026  
Yang membuat pernyataan



**Aryanto**  
**242911909**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH DARI PERUSAHAAN UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Theresya Remica Yulyana  
Jabatan : Jr. Analyst, City Gas Sales Area Bekasi  
Nama Perusahaan : PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk, Area  
Bekasi

Dengan ini saya setuju untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“Proses Pemasaran Jaringan Gas (Jargas) PT PGN di Kota Bekasi”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan dan formatkan, mengelolanya dalam pangkalan data (*Database*), dan menampilkan atau mempublikasikan di jurnal, repository, internet atau media lain untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini dibuat sebenarnya.

Bekasi, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



**Theresya Remica Yulyana**  
**Jr. Analyst, City Gas Sales**  
**Area Bekasi**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
TULIS ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Aryanto**  
NIM : **242911908**  
Perguruan Tinggi : **STIE Tri Bhakti**  
Program Studi : **S1 Manajemen**

Dengan ini saya menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "**Proses Pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga PT PGN di Kota Bekasi**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



**Aryanto**  
**242911908**

## ABSTRAK

**Aryanto.** Proses pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga PT Perusahaan Gas Negara (PGN) Area Bekasi, mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama kegiatan pemasaran, serta memberikan saran sebagai upaya penyelesaian terhadap permasalahan yang ditemukan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan magang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan praktik kerja secara langsung pada Departemen Sales dan Marketing.

Hasil pelaksanaan magang menunjukkan bahwa proses pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga PT PGN Area Bekasi dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah *canvassing* wilayah, yaitu kegiatan survei lapangan untuk mengidentifikasi wilayah yang berpotensi menjadi sasaran pemasaran dan calon pelanggan. Tahap berikutnya adalah sosialisasi produk, yaitu penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai manfaat, keamanan, prosedur pemasangan, serta keunggulan penggunaan gas bumi. Selanjutnya dilakukan *open booth*, yaitu pembukaan stan pelayanan untuk memberikan informasi, melayani konsultasi, dan menerima pendaftaran calon pelanggan secara langsung. Tahap berikutnya adalah *door to door*, yaitu kegiatan pemasaran dengan mengunjungi rumah calon pelanggan untuk memberikan penjelasan secara personal sekaligus menawarkan layanan Jargas. Setelah calon pelanggan terdaftar dan proses instalasi selesai, dilakukan pendampingan *gas in*, yaitu pendampingan pada saat pengaliran gas bumi pertama kali ke rumah pelanggan guna memastikan proses berjalan sesuai standar keselamatan serta memberikan edukasi mengenai penggunaan Jargas. Tahap terakhir adalah sosialisasi pasca *gas in*, yaitu kegiatan edukasi kepada pelanggan setelah layanan mulai digunakan untuk memastikan pelanggan memahami prosedur penggunaan yang aman, tata cara operasional, serta mekanisme pelaporan apabila terjadi gangguan.

Selama pelaksanaan magang, ditemukan beberapa kendala dalam proses pemasaran, yaitu rendahnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosialisasi, kebiasaan masyarakat yang masih menggunakan LPG 3 kg, serta keraguan terhadap keamanan instalasi jaringan gas bumi. Berdasarkan hasil magang, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pemasaran Jargas Rumah Tangga sangat dipengaruhi oleh efektivitas proses pemasaran, edukasi kepada masyarakat, dan kemampuan perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan. Pengalaman magang ini juga meningkatkan pemahaman penulis mengenai penerapan komunikasi pemasaran dan pelayanan pelanggan dalam kegiatan pemasaran jaringan gas (Jargas) Rumah Tangga di PT PGN Area Bekasi.

**Kata kunci:** komunikasi pemasaran, pemasaran, Jaringan Gas (Jargas), gas bumi, PGN Area Bekasi, magang.

## **ABSTRACT**

**Aryanto.** *Marketing Process of Household Gas Network (Jaringan Gas/Jargas) at PT Perusahaan Gas Negara (PGN) Bekasi Area. This internship report aims to understand the marketing process of the Household Gas Network (Jargas) implemented by PT Perusahaan Gas Negara (PGN) Bekasi Area, identify the challenges encountered during marketing activities, and provide recommendations to address the identified problems. The methods employed during the internship included observation, interviews, documentation, and direct practical work in the Sales and Marketing Department.*

*The results of the internship indicate that the marketing process of the Household Gas Network (Jargas) at PT PGN Bekasi Area consists of several stages. The first stage is area canvassing, which involves conducting field surveys to identify potential marketing areas and prospective customers. The next stage is product socialization, which provides information to the public regarding the benefits, safety, installation procedures, and advantages of using natural gas. This is followed by open booth activities, where service booths are established to provide information, offer consultations, and register prospective customers directly. The subsequent stage is door-to-door marketing, during which the marketing team visits prospective customers' homes to provide personalized information and promote the Jargas service. After customer registration and completion of the installation process, gas-in assistance is carried out to accompany customers during the initial natural gas supply, ensuring that the activation process complies with safety standards while educating customers on the proper use of Jargas. The final stage is post gas-in socialization, which aims to educate customers after the service has been activated, ensuring they understand safe operating procedures, proper usage, and reporting mechanisms in the event of service disruptions.*

*During the internship, several challenges were identified in the marketing process, including low public participation in socialization activities, the community's continued reliance on 3 kg LPG cylinders, and concerns regarding the safety of the natural gas installation system. Based on the internship findings, it can be concluded that the success of Household Jargas marketing is strongly influenced by the effectiveness of marketing communication, public education, and the company's ability to build customer trust. This internship also enhanced the author's understanding of the implementation of marketing communication and customer service practices in the marketing of Household Jargas at PT PGN Bekasi Area.*

**Keywords:** *marketing communication, marketing, Household Gas Network (Jargas), natural gas, PGN Bekasi Area, internship.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang yang berjudul **"Proses Pemasaran Jaringan Gas (Jargas) Rumah Tangga PT PGN di Kota Bekasi"** dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah magang sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan magang yang telah dilakukan di PT PGN Area Bekasi.

Selama pelaksanaan magang, penulis memperoleh banyak pengalaman, pengetahuan, serta wawasan mengenai proses pemasaran jaringan gas rumah tangga, mulai dari kegiatan *canvassing* wilayah, sosialisasi produk, *open booth*, *door to door*, pendampingan gas in hingga sosialisasi paska gas in. Pengalaman tersebut memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami penerapan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.
2. Orang tua, Kakak-kakak, Abang, Keponakan yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
3. Bapak/Ibu dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pelaksanaan magang hingga penyusunan laporan.
4. Seluruh pimpinan dan karyawan PT PGN Area Bekasi, khususnya Departemen Sales dan Marketing, yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, serta pengalaman selama kegiatan magang.
5. Muhamad Rezeky dan semua teman-teman yang telah membantu serta memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan laporan ini. Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

|                                                                                                        |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN.....                                                                                 | i    |
| TANDA PERSETUJUAN MAGANG.....                                                                          | ii   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN MAGANG.....                                                          | iii  |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH<br>DARI PERUSAHAAN UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK..... | iv   |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS<br>ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....           | v    |
| ABSTRAK.....                                                                                           | vi   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                                                  | vii  |
| KATA PENGANTAR.....                                                                                    | viii |
| DAFTAR ISI.....                                                                                        | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                                                     | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                                                   | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                                                 | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                                                | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                                               | 2    |
| 1.3 Tujuan Magang.....                                                                                 | 2    |
| 1.4 Manfaat Magang.....                                                                                | 3    |
| 1.5 Teori Relevan.....                                                                                 | 3    |
| 1.5.1 Teori Manajemen Pemasaran.....                                                                   | 3    |
| 1.5.2 Teori Promotion Mix (Bauran Promosi).....                                                        | 5    |
| 1.6 Metode Magang.....                                                                                 | 6    |
| BAB II GAMBARAN UMUM ORGANISASI.....                                                                   | 7    |
| 2.1 Sejarah Organisasi.....                                                                            | 7    |
| 2.2 Struktur Organisasi.....                                                                           | 11   |
| 2.3 Kegiatan Organisasi/Departemen.....                                                                | 11   |
| 2.4 Produk dan Layanan Jasa Jargas Rumah Tangga PT PGN Bekasi.....                                     | 16   |
| BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN.....                                                     | 18   |
| 3.1 Penempatan dan Jadwal Magang.....                                                                  | 18   |
| 3.2 Uraian Deskripsi Tugas.....                                                                        | 18   |
| 3.3 Pembahasan dan Temuan Masalah.....                                                                 | 23   |
| 3.3.1 Pembahasan.....                                                                                  | 23   |
| 3.3.2 Temuan Masalah.....                                                                              | 25   |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>BAB IV PENUTUP.....</b> | <b>26</b> |
| <b>4.1 Kesimpulan.....</b> | <b>26</b> |
| <b>4.2 Saran .....</b>     | <b>26</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>28</b> |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....                     | 7  |
| Gambar 2.2 Kantor PGN Bekasi.....                   | 10 |
| Gambar 2.3 Struktur Organisasi PGN Area Bekasi..... | 11 |
| Gambar 2.4 Meteran Gas Alam dan Instalasi pipa..... | 17 |
| Gambar 3.1 Proses Pemasaran Jargas PGN Bekasi.....  | 23 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Lampiran 1 : Surat Permohonan Magang.....</b>             | <b>29</b> |
| <b>Lampiran 2 : Daftar Kegiatan Mingguan Magang.....</b>     | <b>30</b> |
| <b>Lampiran 3 : Laporan Penilaian Magang.....</b>            | <b>31</b> |
| <b>Lampiran 4 : Dokumentasi Magang.....</b>                  | <b>32</b> |
| <b>Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup Penulis.....</b>        | <b>33</b> |
| <b>Lampiran 6 : Kartu Konsultasi Magang.....</b>             | <b>34</b> |
| <b>Lampiran 7 : Formulir Saran dan Perbaikan Magang.....</b> | <b>35</b> |