

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PERUM BULOG KANTOR WILAYAH JAWA TENGAH

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Perusahaan Umum Bulog merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Sebagai entitas bisnis sekaligus instrumen negara, Perum Bulog bertanggung jawab atas pengadaan, penyimpanan, dan distribusi pasokan pangan pemerintah, khususnya beras dan berperan dalam menjaga stabilitas harga pangan pokok di Indonesia. Keberadaan perusahaan Perum Bulog menjadi krusial karena beras merupakan komoditas utama yang sensitif terhadap fluktuasi harga dan ketersediaan, sehingga pengelolaannya membutuhkan intervensi negara melalui lembaga yang kredibel dan juga berpengalaman.

Perum Bulog didirikan pada tahun 1967 oleh pemerintah untuk menjaga harga stabilitas beras dan memastikan ketersediaan pangan bagi masyarakat. Pada masa awal berdirinya, Bulog berfungsi sebagai badan yang mengatur impor beras, pengelolaan cadangan pangan, serta distribusi beras untuk kebutuhan rakyat. Selanjutnya, era 1970-1990an, peran Bulog semakin diperkuat sebagai instrumen vital dalam mendukung program swasembada beras yang dirancangkan oleh pemerintah orde baru. Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan kebijakan nasional, Bulog mengalami transformasi kelembagaan, hingga tahun 2003 resmi berubah status menjadi Perusahaan Umum (Perum) Bulog. Kantor pusat Perum

Bulog berlokasi di Jakarta Selatan dan didukung oleh jaringan kantor wilayah dan divisi regional yang tersebar di seluruh provinsi, termasuk Kantor Wilayah Jawa Tengah yang menjadi objek penelitian ini. Struktur organisasi yang luas memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk daerah-daerah terpencil yang ada di Indonesia.

Perusahaan ini memiliki beberapa anak usaha yang memperkuat fungsi distribusi dan produksi, antara lain PT Jasa Prima Logistik Bulog dan PT Gendhis Multi Manis. Kehadiran anak perusahaan tersebut memperluas ruang lingkup operasional bulog, Dengan cakupan operasional yang demikian, Bulog dituntut untuk mengimplementasikan kebijakan pemerintah secara optimal, terutama dalam penyaluran bantuan sosial dan pengendalian pasokan pangan nasional yang dilakukan secara merata.

Sejak berdiri tahun 1967 hingga transformasinya menjadi perusahaan umum pada tahun 2003, bulog menunjukkan konsistensi dalam menjalankan misi ketahanan pangan di Indonesia. Konsistensi tersebut semakin menegaskan posisi perusahaan sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia khususnya di sektor pangan dan logistik. Dalam kapasitasnya sebagai industri yang memiliki mandat strategis, bulog senantiasa beradaptasi dengan dinamika ekonomi nasional maupun global. Dengan peran ganda yang dijalankan, keberadaan perum bulog tidak hanya relevan secara historis, namun juga memiliki signifikansi berkelanjutan bagi pembangunan ekonomi dan sosial di Indonesia.

- **Logo Perusahaan**



Gambar 2. 1 Logo Perum bulog

Sumber bulog.id

Logo perusahaan terbaru diluncurkan pada bulan Mei 2024 yang berarti: Tipografi menggunakan huruf tegas dengan format huruf kecil (*lowercase*) yang ditampilkan dalam warna biru. Pemilihan huruf kecil mencerminkan kesederhanaan, keterbukaan, dan kedekatan dengan masyarakat, sementara warna biru melambangkan profesionalisme, kepercayaan, serta stabilitas sebagai nilai fundamental perusahaan. Bentuk huruf yang solid dan modern menunjukkan komitmen bulog untuk menghadirkan citra yang lebih segar dan adaptif terhadap perkembangan zaman, sekaligus menegaskan identitas korporasi yang konsisten dalam menjalankan fungsi strategisnya sebagai pengelola rantai pasok pangan nasional.

Simbol grafis yang terletak di sisi kiri tipografi menampilkan bentuk menyerupai butiran padi atau daun dengan kombinasi warna oranye dan biru. Warna oranye merepresentasikan semangat, energi, dan inovasi yang terus diperbarui, sedangkan warna biru menegaskan integritas dan kualitas yang menjadi

landasan operasional bulog. Bentuk grafis yang dinamis mencerminkan pertumbuhan berkelanjutan serta modernisasi perusahaan dalam menghadapi tantangan global. Dengan desain yang lebih segar dan profesional, logo ini menegaskan transformasi bulog sebagai lembaga yang tidak hanya berorientasi pada fungsi tradisional, tetapi juga pada inovasi dan penguatan peran dalam sistem pangan nasional.

Terakhir, tagline “Mengantarkan Kebaikan” menjadi elemen penting yang melengkapi identitas visual bulog. Frasa ini mengandung makna filosofis bahwa setiap aktivitas perusahaan, mulai dari pengadaan hingga distribusi pangan, bukan sekadar kegiatan bisnis, melainkan sebuah kontribusi nyata untuk kesejahteraan masyarakat. Tagline tersebut menegaskan komitmen bulog dalam menghadirkan manfaat sosial yang luas, menjaga kualitas layanan, serta memperkuat integritas sebagai institusi publik. Dengan demikian, tagline ini berfungsi sebagai pengikat nilai-nilai perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan, keadilan, dan kesejahteraan bersama.

2.2 Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan bulog dapat dilihat dalam Peraturan Pemerintah RI No. 7 tahun 2003 tentang Pendirian Perusahaan Umum Perum bulog yaitu, turut serta membangun ekonomi nasional khususnya di bidang pangan. bulog merupakan peralihan kelembagaan perusahaan status hukum Lembaga Non Departemen (LPND) menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam bentuk Perusahaan Umum (Perum) yang bergerak dibidang logistik atau pergudangan, operasi

transportasi, survei beserta pengendalian hama, pasokan kantong plastik, perdagangan komoditas pangan dan operasi ritel. Selain itu, bulog memiliki tanggung jawab kepada pemerintah untuk menjaga kestabilan pasar pangan, menyalurkan beras bantuan sosial, hingga mengelola cadangan pangan nasional secara berkesinambungan.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi pemimpin rantai pasok pangan yang terpercaya dan memberi pelayanan prima demi kesejahteraan masyarakat Indonesia

2. Misi

- Menjadi pelaksana yang handal untuk setiap penugasan pemerintah dalam mengelola ketersediaan, keterjangkauan, dan stabilitas pangan
- Melaksanakan kegiatan rantai pasok pangan yang efisien, didukung aplikasi digital dan dengan pelayanan prima
- Mengembangkan bisnis komersial rantai pasok pangan yang menjaga keseimbangan keberlanjutan perusahaan dan tanggung jawab sosial
- Menerapkan manajemen rantai pasok pangan berbasis pengelolaan risiko
- Menerapkan budaya berbasis kinerja dan berorientasi pelayanan prima
- Membangun sistem operasi dan proses yang terbaik dan menjaga dan membina hubungan baik dengan stake holder

2.4 Core Value Perusahaan



Nilai-nilai utama AKHLAK dan 18 Panduan Perilaku sebagai berikut:

1. Amanah (Memegang teguh kepercayaan yang diberikan)

Panduan perilaku nilai “Amanah”:

- Menjalankan setiap tugas dengan penuh kejujuran, dan tanggung jawab
- Menggunakan aset dan kekayaan milik negara secara bijak, efisien
- Tidak menyalahgunakan kewenangan yang dimiliki

2. Kompeten (Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas)

Panduan perilaku nilai “Kompeten”:

- Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan diri secara berkelanjutan
- Membantu sesama dalam proses belajar serta aktif berbagi pengetahuan
- Menyelesaikan setiap tugas dengan kualitas terbaik, penuh tanggung jawab, dan berorientasi pada hasil yang optimal

3. Harmonis (Sikap saling peduli dan menghargai perbedaan)

Panduan perilaku nilai “Harmonis”:

- Menghargai setiap individu sebagai bentuk penghormatan keberagaman
- Memiliki kepedulian sosial dengan suka menolong sesama
- Membangun suasana kerja yang kondusif dan positif

4. Loyalitas (Sikap berdedikasi dan mengutamakan kepentingan)

Panduan perilaku nilai “Loyal”:

- Menjaga nama baik sesama ASN/karyawan, pimpinan, BUMN, maupun negara sebagai bentuk komitmen terhadap integritas
- Memiliki sikap rela berkorban demi tercapainya tujuan dengan menempatkan kepentingan bangsa dan negara di atas kepentingan pribadi
- Menjaga kerahasiaan yang bersifat kedinasan, dan negara secara konsisten

5. Adaptif (Inovasi dan Antusias)

Panduan perilaku nilai “Adaptif”:

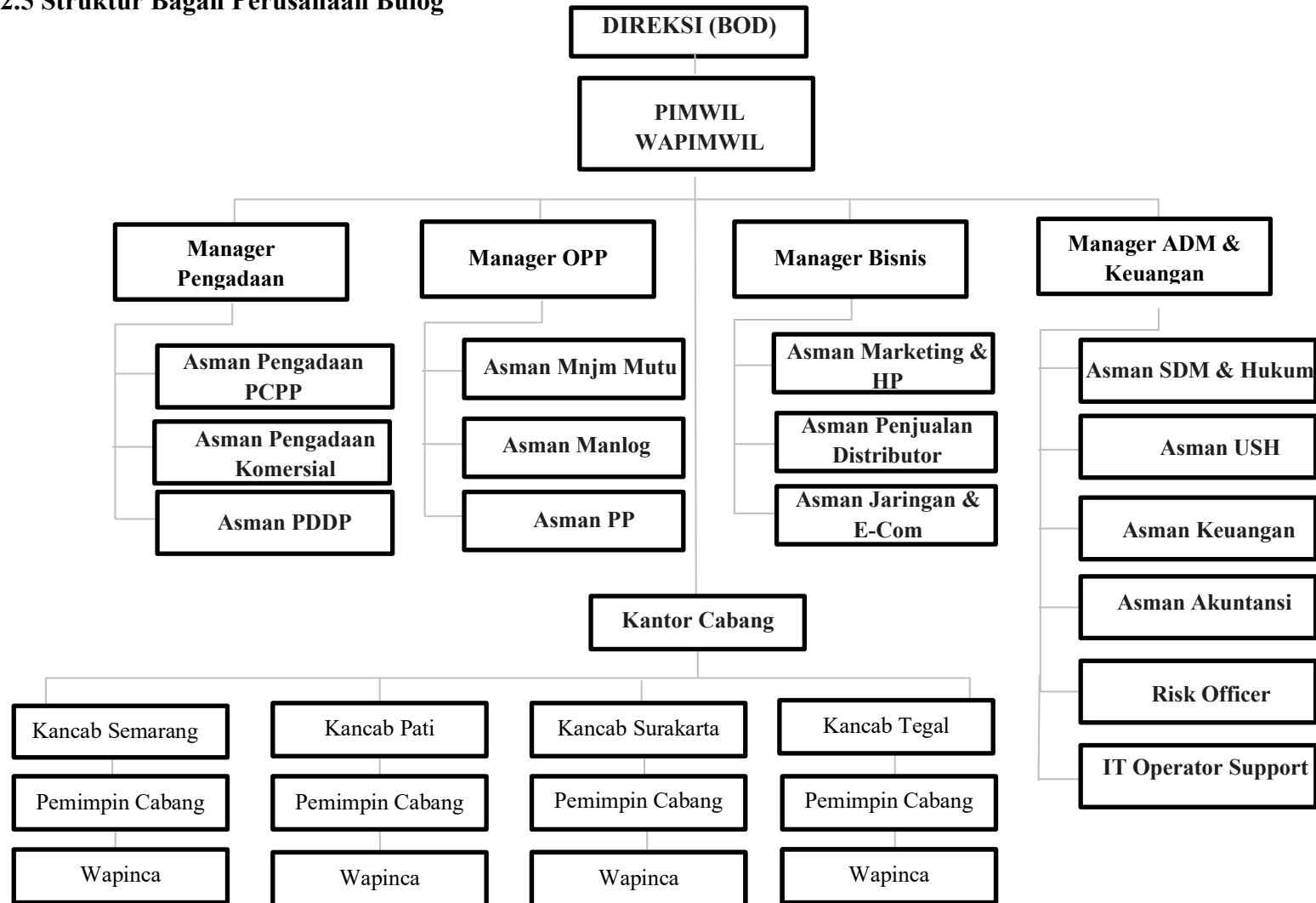
- Mampu menyesuaikan diri dengan cepat baik dalam lingkungan kerja maupun dinamika organisasi
- Senantiasa berinovasi dan mengembangkan kreativitas
- Bertindak proaktif dengan mengambil inisiatif dalam setiap situasi

6. Kolaboratif (Kerja sama)

Panduan perilaku nilai “Kolaboratif”:

- Memberikan kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi
- Bersikap terbuka dalam menjalin kerja sama
- Mengoptimalkan pemanfaatan berbagai sumber daya secara bersama-sama

2.5 Struktur Bagan Perusahaan Bulog



2.6 Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Direksi (*Board of Directors/BOD*)

- Menetapkan kebijakan strategis perusahaan, terutama yang berkaitan dengan ketahanan pangan nasional
- Mengawasi jalannya operasional di seluruh unit kerja agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan
- Memastikan keseimbangan antara fungsi komersial sebagai BUMN dan fungsi publik Bulog dalam menjaga stabilitas harga pangan

Pimwil & Wapimwil (Pimpinan Wilayah dan Wakil)

- Mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasional di tingkat wilayah sesuai arahan Direksi
- Menjadi penghubung antara kebijakan pusat dengan pelaksanaan di kantor cabang
- Mengawasi pelaksanaan program pemerintah terkait distribusi pangan agar berjalan efektif dan tepat sasaran

Manager Pengadaan

- Mengatur proses pengadaan bahan pangan pokok dari petani, distributor, maupun impor sesuai kebutuhan nasional
- Membina Asman Pengadaan PCPP, Komersial, dan PDPD untuk memastikan pengadaan dilakukan secara efisien dan sesuai standar
- Menjaga kelancaran rantai pasok agar stok pangan selalu tersedia

Manager Operasional dan Pelayanan Publik (OPP)

- Mengelola mutu pangan yang disalurkan agar sesuai standar kualitas

- Mengatur logistik, pergudangan, dan distribusi pangan ke Masyarakat
- Membina Asman Mutu, Manlog, dan PP untuk memastikan distribusi berjalan lancar dan tepat sasaran

Manager Bisnis

- Mengembangkan strategi pemasaran produk Bulog agar lebih kompetitif
- Mengelola penjualan melalui distributor, jaringan retail, dan *e-commerce*
- Membina Asman *Marketing & HP*, Penjualan Distributor, serta Jaringan & *E-Com* untuk memperluas akses pasar

Manager Administrasi & Keuangan

- Mengatur keuangan perusahaan, akuntansi, dan pelaporan agar transparan dan akuntabel
- Mengelola SDM, aspek hukum, serta urusan umum perusahaan
- Membina Asman SDM & Hukum, USH, Keuangan, Akuntansi, serta mendukung fungsi *Risk Officer* dan *IT Operator Support*.

Kantor Cabang (Semarang, Pati, Surakarta, Tegal)

- Dipimpin oleh Pemimpin Cabang dan Wakil Pemimpin Cabang sebagai pelaksana operasional di daerah
- Melaksanakan pengadaan, distribusi, dan pelayanan publik secara langsung di wilayah masing-masing
- Menjadi ujung tombak dalam menjaga stabilitas harga dan ketersediaan pangan di daerah sesuai kebijakan pusat.

2.7 Bidang Usaha Perusahaan

- Pengadaan dan Penyaluran Pangan

Fokus utama dari bidang ini adalah sebagai instrumen utama dalam menjaga stabilitas harga serta ketersediaan pangan pokok nasional. Aktivitas ini berorientasi pada pengelolaan Cadangan Beras Pemerintah (CBP), yang digunakan sebagai mekanisme intervensi pasar ketika terjadi kenaikan harga dipasar atau gangguan distribusi. Dalam praktiknya, pengadaan pangan dilakukan melalui kerja sama dengan petani, kelompok tani, dan mitra usaha sektor hulu, sehingga bulog mampu memastikan kesinambungan pasokan gabah dan beras.

- Perdagangan Komoditas Pangan

Tujuan utama dari bidang usaha ini adalah memastikan ketersediaan pangan pokok dengan harga yang stabil dan terjangkau, serta memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat terhadap produk pangan yang berkualitas. Dengan demikian, perdagangan komoditas pangan tidak hanya menjadi aktivitas bisnis, tetapi juga bagian dari tanggung jawab sosial bulog dalam menjaga keseimbangan pasar dan mendukung kesejahteraan masyarakat.

- Logistik dan Pergudangan

Dalam pelaksanaannya Perum bulog tidak hanya mengelola gudang untuk kepentingan internal, tetapi juga menyediakan layanan logistik (transportasi, distribusi, dan pengelolaan rantai pasok) bagi pihak ketiga melalui anak perusahaan seperti PT Jasa Prima Logistik. Layanan ini fokus utamanya adalah memastikan bahwa proses penyimpanan dan distribusi pangan

berjalan efisien, sama, dan terjangkau. Dengan demikian, logistik dan pergudangan tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan operasional, tetapi juga menjadi bagian dari tanggung jawab sosial bulog dalam menjamin ketersediaan pangan pokok dan mendukung stabilitas ekonomi nasional.

- Kemitraan On-Farm

Dalam implementasinya, kemitraan ini tidak hanya fokus pada pengadaan gabah saja tetapi juga melibatkan dukungan teknis dan akses pasar bagi mitra usaha di tingkat produksi. Kerja sama yang terstruktur akan membantu menjaga kesinambungan pasokan beras yang dapat mengurangi risiko fluktuasi harga di tingkat petani, serta memperkuat posisi perusahaan sebagai lembaga yang berperan aktif dalam menjaga stabilitas pangan nasional. Fokus utama bidang usaha ini adalah membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan Perum bulog dan pelaku usaha di sektor hulu, sehingga menciptakan ekosistem pangan yang lebih kuat dan berdaya saing namun tetap mendukung ketahanan pangan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan.

- Perusahaan wajib menyesuaikan strategi bisnis dengan mandat pemerintah, termasuk pengelolaan cadangan, distribusi dan stabilitas harga
- Menjadi bagian dari sistem nasional dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan produsen, konsumen dan pemerintah.

2.8 Identitas Responden

Bagian ini menyajikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Identitas responden merupakan data primer yang

mencakup klasifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan masa kerja. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang berjumlah sebanyak 55 responden. Seluruh informasi yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner ini berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat analisis dalam penelitian.

Table 2. 1 Jenis Kelamin Responden

| NO | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase % |
|----|---------------|-------------------|-----------------|
| 1. | Laki-laki | 31 | 56,36 |
| 2. | Perempuan | 24 | 43,64 |
| | Total | 55 | 100,00 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2.1, dapat diketahui interpretasi distribusi jenis kelamin adalah sebagai berikut:

- Responden dengan jenis kelamin Laki-laki berjumlah 31 orang atau setara dengan 56,36%
- Responden dengan jenis kelamin Perempuan berjumlah 24 orang atau sebesar 43,64%

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas karyawan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki. Dominasi responden laki-laki ini memberikan gambaran bahwa komposisi tenaga kerja pada objek penelitian cenderung lebih banyak diisi oleh pria, meskipun peran karyawan perempuan juga tetap signifikan dalam mendukung operasional perusahaan.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia dan Masa Kerja

Usia dan masa kerja menjadi cerminan pengalaman dan loyalitas karyawan terhadap organisasi dan merupakan salah satu indikator produktivitas yang berkaitan erat dengan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas serta pemenuhan target kerja. Berdasarkan data yang diperoleh, berikut adalah sebaran profil responden menurut usia dan masa kerja:

Table 2. 2 Kategori usia dan masa kerja responden

| No. | Kategori Usia | Masa kerja < 5 Tahun | Masa kerja 6-10 Tahun | Masa kerja 11-15 Tahun | Masa kerja > 15 Tahun | Total | Persentase % |
|-------|---------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-------|--------------|
| 1 | < 30 Tahun | 15 | 0 | 0 | 0 | 15 | 27,27 |
| 2 | 31 - 40 Tahun | 3 | 14 | 5 | 0 | 22 | 40,00 |
| 3 | 41 - 45 Tahun | 0 | 2 | 6 | 5 | 13 | 23,64 |
| 4 | > 45 Tahun | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 9,09 |
| Total | | 18 | 16 | 11 | 10 | 55 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas dapat ditarik beberapa poin interpretasi sebagai berikut:

- Karyawan Muda: Responden dengan usia di bawah 30 tahun seluruhnya memiliki masa kerja di bawah 5 tahun, yakni sebanyak 15 orang
- Karyawan Senior: Karyawan dengan usia di atas 45 tahun mayoritas memiliki masa kerja yang cukup lama, yaitu di atas 15 tahun

- **Distribusi Usia Matang:** Responden dalam rentang usia 41 hingga 45 tahun tersebar pada masa kerja menengah hingga senior (6 tahun hingga > 15 tahun)

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa instansi memiliki kombinasi antara tenaga kerja muda yang dinamis dengan tenaga kerja senior yang memiliki pengalaman kerja cukup Panjang. Mayoritas Responden pada Lokasi penelitian didominasi oleh kelompok usia 31 hingga 40 tahun dengan masa kerja antara 6 hingga 10 tahun.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa kerja yang cukup lama biasanya berkorelasi dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap nilai-nilai perusahaan dan prosedur kerja yang berlaku. Berdasarkan data primer yang dikumpulkan dari 55 responden, berikut adalah distribusi masa kerja karyawan pada lokasi penelitian:

Table 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

| No. | Masa Kerja | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-----|------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | < 5 Tahun | 18 | 32,73 |
| 2 | 6 - 10 Tahun | 16 | 29,09 |
| 3 | 11 - 15 Tahun | 11 | 20,00 |
| 4 | > 15 Tahun | 10 | 18,18 |
| | Total | 55 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas, dapat ditarik beberapa poin interpretasi sebagai berikut:

- Sebanyak 18 orang atau sebesar 32,73%. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki jumlah tenaga kerja baru yang cukup besar, yang mungkin sedang dalam tahap adaptasi terhadap budaya kerja organisasi
- Sebanyak 16 responden (29,09%) memiliki masa kerja antara 6 hingga 10 tahun. Kelompok ini dapat dikategorikan sebagai karyawan yang sudah memiliki stabilitas dan pemahaman kerja yang matang
- Karyawan dengan masa kerja 11 hingga 15 tahun berjumlah 11 orang (20,00%)
- Kelompok karyawan paling senior dengan masa kerja di atas 15 tahun berjumlah 10 orang (18,18%).

Responden didominasi oleh karyawan dengan masa kerja di bawah 5 tahun, secara keseluruhan sebaran masa kerja ini menunjukkan adanya kombinasi yang cukup seimbang antara karyawan muda yang dinamis dengan karyawan senior yang memiliki pengalaman panjang. Keberadaan karyawan senior dalam jumlah yang cukup (di atas 15 tahun) menjadi modal penting bagi perusahaan untuk melakukan transfer pengetahuan kepada karyawan yang lebih baru demi menjaga kualitas kinerja organisasi.