



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Implementasi Kebijakan *Personal Selling* di PT
Cahaya Lestari Teguh Makmur Bandar Lampung**

Skripsi

Oleh

Gilbert Danovan

2014320164

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Implementasi Kebijakan *Personal Selling* di PT
Cahaya Lestari Teguh Makmur Bandar Lampung**
Skripsi

Oleh

Gilbert Danovan

2014320164

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

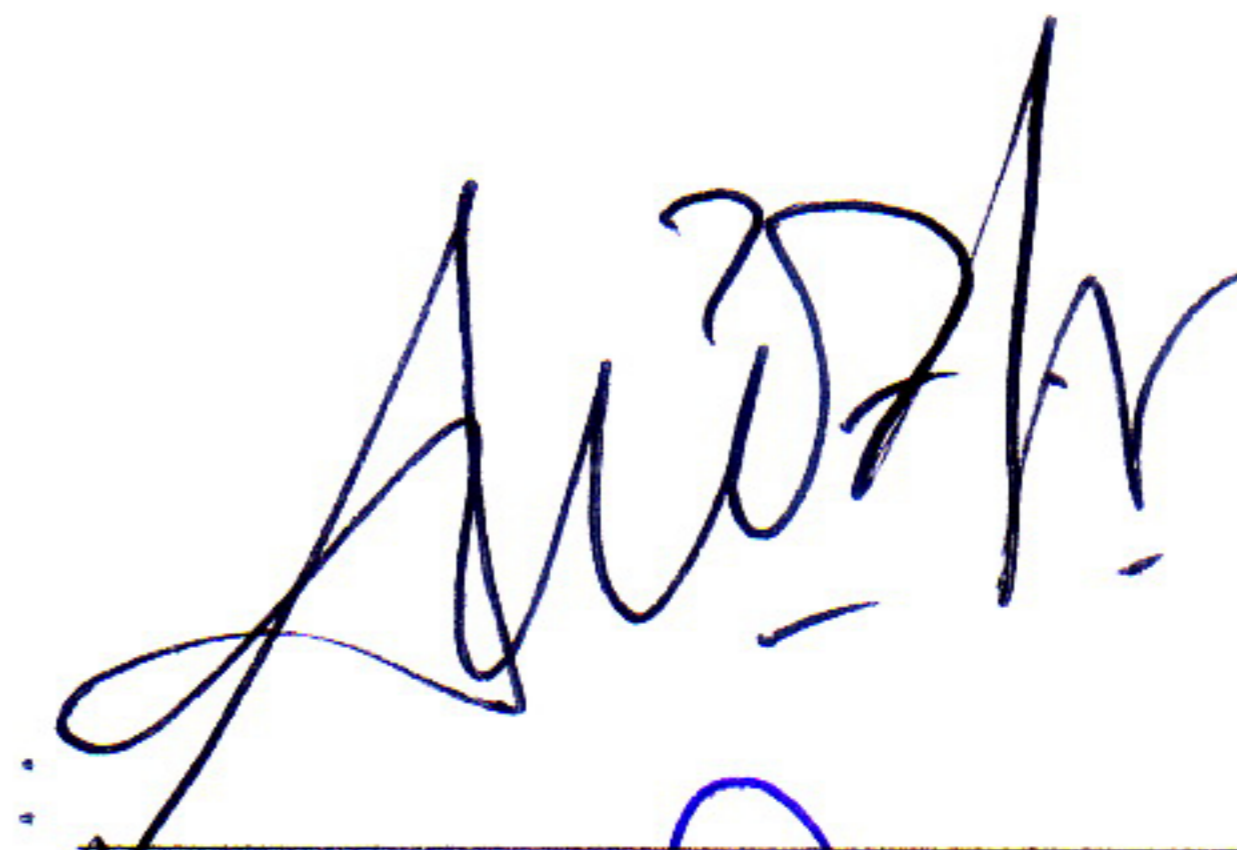
Nama : Gillbert Danovan
Nomor Pokok : 2014320164
Judul : Analisis Implementasi Kebijakan *Personal Selling* di PT Cahaya Lestari Teguh Makmur Bandar Lampung

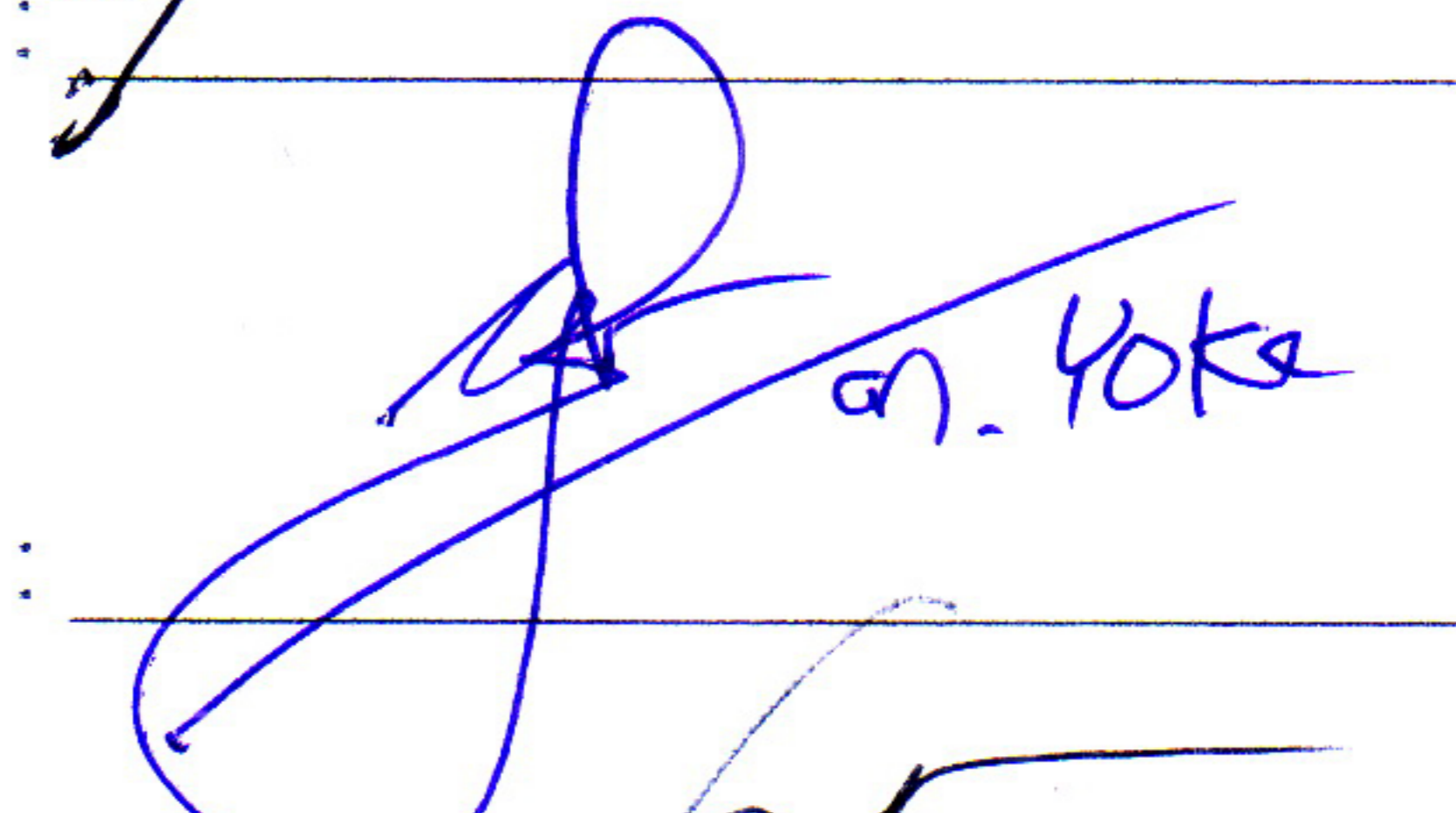
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 3 Januari 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

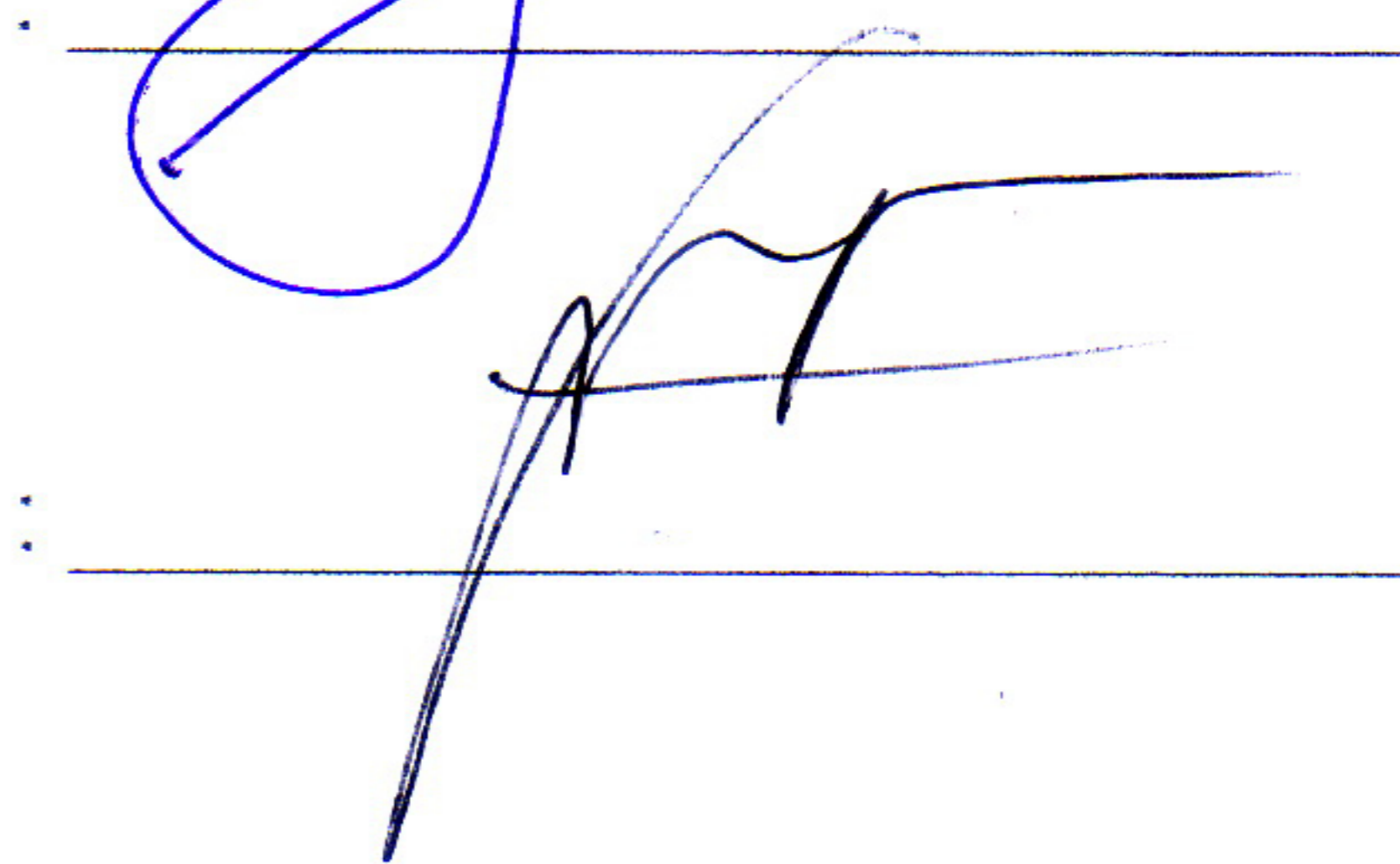
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M

Anggota
Gandhi Pawitan, Ph.D

Pembimbing
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si







Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Gillbert Danovan
Npm : 2014320164
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Implementasi Kebijakan *Personal Selling*
di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur, Bandar
Lampung.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Desember 2019

Gillbert Danovan

ABSTRAK

Nama : Gillbert Danovan
NPM : 2014320164
Judul : Analisis Implementasi Kebijakan *Personal selling* di PT. Cahaya Lesta Teguh Makmur, Bandar Lampung

PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian barang *consumer goods* terletak di Kota Bandar Lampung, berdiri sejak tahun 1975 hingga saat ini. Dalam tiga tahun terakhir PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur mengalami peningkatan laba dan penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada *head of sales and marketing* dari PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur bahwa *personal selling* menjadi faktor penting dalam bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan keberlanjutannya suatu hubungan antara konsumen dengan perusahaan. *Personal selling* juga menjadi dasar bagi sales untuk bersikap agar konsumen tetap melakukan *re-order*. Dengan penerapan *personal selling* yang optimal maka perusahaan mampu meningkatkan penjualan dan berdampak pada peningkatan laba perusahaan.

Berdasarkan judul penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah implementasi kebijakan *personal selling* pada PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur berpengaruh pada peningkatan laba dan penjualan.

Jenis Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode jenis penelitian deskriptif analitis. Metode yang digunakan adalah dalam bentuk *survey* dan wawancara. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *survey*, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Metode keabsahan yang digunakan dalam penelitian adalah triangulasi sumber.

Ternyata hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *personal selling* yang optimal memiliki pengaruh pada penjualan dan laba di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur.

Kata kunci : *Personal Selling*

ABSTRACT

Name : Gillbert Danovan

NPM : 2014320164

*Title : Personal Selling Policy Implementation at PT.Cahaya Lestari
Teguh Makmur, Bandar Lampung*

PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur is a company who engaged in the distribution of consumer goods located in the Bandar Lampung city and established since 1975 until now. In the last three years PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur has been experiencing increases in profits and sales.

From the interview conducted with the head of sales of PT.Cahaya Lestari Teguh Makmur, it stated that personal selling is an important factor in the marketing department, especially related to the sustainability of a relationship between consumers and the company itself. Personal selling is also fundamental for salesperson to behave so that consumers continue to re-order the products. With the optimal application of personal selling, the company is able to increase sales and have result from an impact on increasing company profits.

According to the title of the study, the purpose of this study was to determine whether the implementation of personal selling policies at PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur has effect on increasing profits and sales.

This type of research was conducted using the analytical descriptive research type method. The methods that are used are in the form of surveys and interviews. Data collection techniques used in this study were survey, interview and documentation techniques. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The validity method used in research is source triangulation.

It turns out that the results of this study indicate that the optimal application of personal selling takes effect on sales and profits at PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur.

Keywords: Personal Selling

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Pada penulisan skripsi ini, peneliti mengangkat judul yang diajukan adalah analisis Implementasi Kebijakan Personal Selling di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur Bandar Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti akan menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya karena sudah banyak mendapatkan arahan, bantuan, semangat dari berbagai pihak dan dukungan dalam doa. Peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus yang senantiasa memberikan kesehatan, berkat, dan karunia yang melimpah. Tanpa Tuhan Yesus peneliti tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Orang tua peneliti yang selalu mendukung peneliti dalam doa, kehidupan, perkuliahan, moral hingga penelitian ini terselesaikan dengan baik.
3. Adik dan kakak tercinta Gabby Fellycia dan Gisella Florencia yang memberi dukungan, bantuan, dan perhatian.
4. Bapak Diding Toharudin selaku Head of Sales pada PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian disana. Tanpanya peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Jennifer Budiman Ong atau panggilan lainnya seperti Jujin, Jue, Joo, Jenong selaku pacar peneliti yang telah membantu peneliti serta mensupport peneliti untuk tetap semangat dalam pengerjaan penelitian ini hingga penelitian ini terselesaikan dengan baik dan lancar.

6. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
7. Pak yoke selaku dosen wali peneliti, terimakasih atas segala bantuannya selama masa perkuliahan.
8. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing peneliti yang senantiasa membantu serta membimbing peneliti selama menyusun skripsi dengan penuh rasa sabar. Peneliti ingin mengucapkan terimakasih atas semua waktu, pikiran, tenaga, dan motivasi yang telah beliau berikan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
10. Keluarga besar peneliti yang tidak dapat disebutkan satu per satu
11. Sahabat peneliti yaitu muhammad aditya r (perwakilan PAC cikutra), fellysia fransisca (perwakilan PAC Palembang) dan noven andryanus sianipar selaku (ketua PAC lengkong) yang telah mendukung serta menemani saya dalam masa perkuliahan
12. Batam corporate yaitu kevin (anak DPRD Kepri tapi pelit bukan main), dio (bos tempat makan rest are KM 97), brian yosafat (gammers sejati), wira (team underground), steven tong (adik-adikan all-in terbaik sepanjang masa) selaku teman main peneliti yang sudah mendukung selama perkuliahan dan menjadi teman seperjuangan.
13. Teodorus gunjuan & joel siahaan sebagai teman peneliti
14. Barudak moonraker bukit jarian selaku teman main peneliti yang mendukung serta mengingatkan saya agar tetap fokus kepada jalur yang benar agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik
15. Teman SAPMA Pemuda Pancasila Kom.Unpar yang telah memberikan banyak wawasan selama masa perkuliahan

16. Seluruh mahasiswa/i ADBIS UNPAR angkatan 2014 yang telah menemani selama perkuliahan
17. Teman-teman harimau sumatera yang selalu mensupport peneliti selama perkuliahan
18. Lucky selaku teman peneliti yang sangat menggemaskan
19. Dan seluruh keluarga besar peneliti mengucapkan banyak terimakasih atas doa dan support nya atas selama ini

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan sehingga peneliti memerlukan kritik dan saran untuk membangun serta kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Pada akhir kata, peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, 26 Juni 2019

Gilbert Danovan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Kegunaan penelitian.....	5
1.5 Objek penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi <i>Personal Selling</i>	7
2.1.1 Definisi <i>Personal Selling</i>	7
2.2 Manfaat <i>Personal Selling</i>	8
2.3 Implementasi Strategi <i>Personal Selling</i>	11
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22

3.1 Jenis penelitian.....	22
3.2 Metode penelitian.....	23
3.3 Lokasi penelitian.....	24
3.4 Pemilihan informan.....	24
3.5 Teknik pengumpulan data.....	25
3.6 Teknik Analisa data.....	27
3.7 Metode keabsahan data.....	29
3.8 Langkah-langkah penelitian.....	30
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	33
4.1 Profil perusahaan.....	33
4.2 Daftar Vendor Perusahaan.....	36
4.3 Visi Perusahaan.....	42
4.4 Misi Perusahaan.....	42
4.5 Struktur Perusahaan.....	43
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1 Analisis Penelitian.....	51
5.2 Strategi Motivasi.....	55
5.2.1 Menjelaskan Manfaat Fisik Produk.....	55
5.2.2 Mendemonstrasikan Produk.....	57
5.2.3 Mempengaruhi Pandangan Konsumen Terhadap Kepentingan Suatu produk	58
5.2.4 Meamahami Keinginan Dan Kebutuhan Konsumen.....	61

5.2.5 Kepuasan Konsumen Memberikan Informasi Kepada Konsumen	
Mengenai Harga Dan Perbandingan Dengan <i>Competitor</i>	64
5.2.6 Bertanya Mengenai Produk Yang Berujung Pada Mendapatkan	
Perhatian	67
5.2.7 Mempengaruhi Pandangan Negative Konsumen Hingga	
Mendapatkan Persetujuan.....	70
5.3 Strategi Pendekatan.....	72
5.3.1 <i>Showing attitudes approaches/ memperlihatkan perilaku baik</i>	72
5.3.1.1 <i>With courtesy like saying “hi”, ”hello” or “good morning”</i>	72
5.3.1.2 <i>Patient in introducing the product</i>	74
5.3.1.3 <i>Provide verification on the value of the product</i>	76
5.3.1.4 <i>Caring attitude during the actual selling</i>	80
5.3.1.5 <i>Industrious in prospecting potential consumers</i>	82
5.3.1.6 <i>Agreeable attitude while explaining the features of the</i> <i>product</i>	83
5.3.1.7 <i>Reliable attitude</i>	84
5.3.2 <i>Negotiating objections/ melakukan negosiasi terhadap keberatan dari</i> <i>konsumen</i>	85
5.3.2.1 <i>Agreeable about objections</i>	85
5.3.2.2 <i>Understand fully the objections</i>	87
5.3.2.3 <i>Lead the counsumer to answer his own objections</i>	89
5.3.2.4 <i>Answer only what is being asked</i>	91
5.3.2.5 <i>Answer as honestly the best you can</i>	91

5.3.2.6 <i>Confirm and verify the just concluded explanation</i>	91
5.4 Strategi Berpenampilan Baik.....	93
5.4.1 <i>Wearing Appropriate Attire</i>	93
5.4.2 <i>Using Cologne Or Perfume</i>	94
5.4.3 <i>Proper Hair Style</i>	94
5.4.4 <i>Wearing Simple Accessories</i>	95
5.4.5 <i>Wearing Correct Combination Of Attire</i>	95
5.5 Kesimpulan Analisis.....	96
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
6.1 kesimpulan.....	102
6.2 saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Tabel Profil <i>Salesman</i> 1	52
Tabel 5.2	Tabel Biodata <i>Salesgirl</i> 2	52
Tabel 5.3	Tabel Biodata <i>Salesman</i> 3	53
Tabel 5.4	Tabel biodata <i>Salesman</i> 4	53
Tabel 5.5	Tabel biodata <i>Salesgirl</i> 5	53
Tabel 5.6	Tabel biodata <i>Salesman</i> 6	54
Tabel 5.7	Kesimpulan Analisis Strategi Motivasi	96
Tabel 5.8	Kesimpulan Analisis Strategi Pendekatan	98
Tabel 5.9	Kesimpulan Analisis Strategi Berperilaku Baik	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur	2
Gambar 3.1	Data Penjualan	25
Gambar 4.1	Tampak depan PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur	38
Gambar 4.2	Suasana kantor beserta <i>team principle</i>	38
Gambar 4.3	Team <i>salesman</i> dan <i>salesgirl</i> secara keseluruhan	39
Gambar 4.4	Team administrasi ekspedisi dan logistik	39
Gambar 4.5	<i>Team head operation & inventory control</i>	39
Gambar 4.6	Team gabungan kasir beserta jajaran	40
Gambar 4.7	Bagian <i>head of salesman & MKT (HSM)</i>	40
Gambar 4.8	Unit inventaris PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur	40
Gambar 4.9	Suasana gudang beserta aktivitas pengiriman barang menuju konsumen	41
Gambar 5.1	Contoh katalog <i>Pocky Snack</i>	77
Gambar 5.2	Contoh <i>Packaging Pocky Snack</i> Hari Raya Natal	78
Gambar 5.3	Tampilan pakaian para <i>salesman</i> atau <i>salesgirl</i>	93
Gambar 5.4	Tampilan gaya rambut <i>salesman</i>	94

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

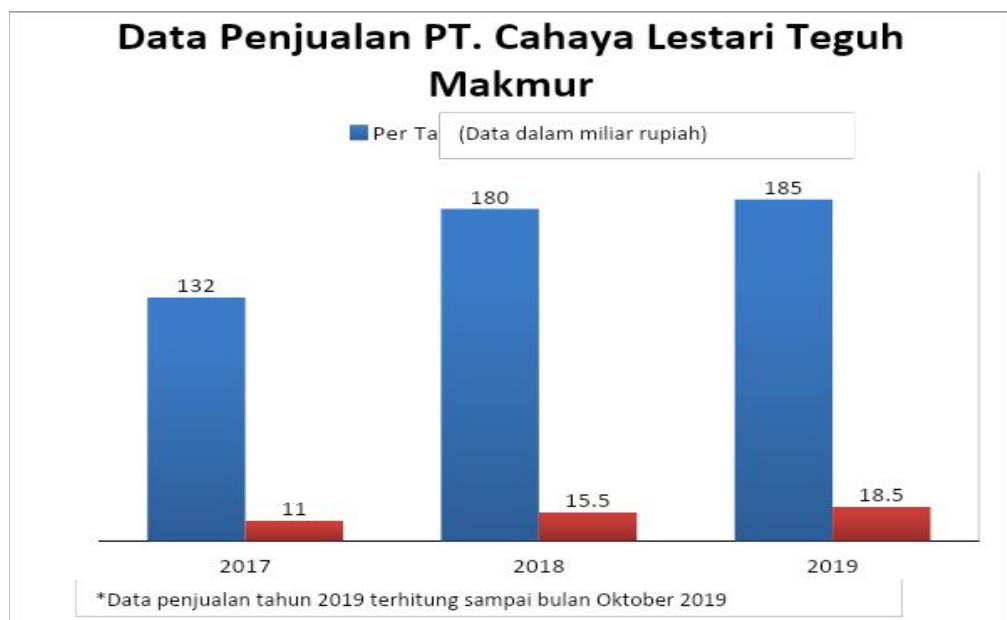
Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Provinsi Lampung mengalami pertumbuhan ekonomi dan pertambahan populasi masyarakat, dari tahun 2016 hingga tahun 2018, populasi penduduk masyarakat Lampung bertambah kurang lebih 2% setiap tahunnya. Hal ini akan membuat kebutuhan pokok khususnya dalam sektor pangan ikut meningkat, berdasarkan badan pusat statistik, pengeluaran perkapita rata-rata sebulan pada sektor makanan mencapai kurang lebih 50% total pendapatan. Oleh karena itu aktivitas jual-beli dalam lingkungan masyarakat pun ikut meningkat.

Pada umumnya masyarakat memilih untuk memenuhi kebutuhan pangan lewat pasar secara *offline* seperti pasar tradisional dan toko modern. Menurut artikel "*Why People Still Don't Buy Groceries Online*" oleh Sucharita Kodali seorang analis dari Forrester Research, belum ada perusahaan yang *going concern* dan memperoleh keuntungan dengan menjual bahan pangan secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih senang untuk memenuhi kebutuhan pangan melalui sarana *offline*.

Setiap hari akan terdapat aktivitas jual beli di dalam lingkungan masyarakat baik melalui sarana offline seperti pasar tradisional dan modern, atau sarana *online* seperti *platform e-commerce* yang sedang marak digunakan masyarakat. Menurut Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 definisi pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai

pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Sehingga, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi yang dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak.

. Dikarenakan permintaan pangan masyarakat meningkat dan sebagian besar permintaan terdapat melalui sarana *offline* seperti pasar, PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur sebagai distributor yang bergerak dalam bidang jual beli makanan di pasar tradisional dan modern, melihat situasi ini sebagai peluang untuk membangun bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan meningkatkan penjualan serta laba perusahaan.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur

Berdasarkan grafik penjualan diatas dapat ditunjukkan bahwa adanya peningkatan penjualan perusahaan secara konstan selama tiga tahun terakhir, baik dilihat secara tahunan ataupun rata-rata penjualan bulanan. Hal ini berarti, PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur yang sudah beroperasi sejak tahun 1975 masih diminati oleh masyarakat dan berhasil untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan meningkatkan penjualan perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan *Head of Sales and Marketing*, Bapak Diding Toharudin, PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur dapat berhasil karena adanya implementasi *personal selling* yang baik di perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada apakah peneliti menyimpulkan secara keseluruhan peningkatan penjualan disebabkan oleh implementasi *personal selling* yang baik di perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Diding Toharudin selaku *Head of Salesman and Marketing* di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur bahwa perusahaan memiliki *salesman* yang beretika, baik secara penampilan maupun cara berkomunikasi, *salesman* dan *salesgirl* juga memiliki *product knowledge* yang luas, dan mampu mendemonstrasikan kegunaan produk secara jelas, selain itu perusahaan memilih untuk menawarkan produk yang banyak diperlukan dan diminati oleh masyarakat. Perusahaan memilih untuk menggunakan strategi *personal selling* sebagai alat pemasaran dikarenakan *personal selling* mampu mencakup keseluruhan kebutuhan pemasaran perusahaan, mulai dari bagaimana observasi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan target konsumen, memilih

produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, melakukan *training* untuk *salesman* dan *salesgirl* agar berpotensi dalam bidang komunikasi dan penjualan, hingga bagaimana membangun relasi antara perusahaan, para *salesman* dan *salesgirl*, serta konsumen.

Melalui wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi *personal selling* mempengaruhi penjualan yang dilakukan oleh *salesman* dan *salesgirl* di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur, dengan strategi *personal selling*, *salesman* dan *salesgirl* juga membangun relasi jangka panjang dengan konsumen karena meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori yang ada yang dinyatakan oleh Ronald B Marks didalam Rangkuti (2010:181) dimana salah satu fungsi dari *personal selling* adalah wiraniaga mampu untuk meningkatkan penjualan produk dengan cara membujuk konsumen untuk melakukan pembelian produk. Walaupun demikian, perlu dibuktikan apakah benar bahwa *personal selling* memang menjadi alat utama dalam keberhasilan PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur untuk menjual produknya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul penelitian “ **Analisis Implementasi Kebijakan *Personal Selling* di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur, Bandar Lampung.**”

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Implementasi Kebijakan *Personal selling* di PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur, Bandar Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara intensif dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap bermanfaat bagi :

- Perusahaan

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai *personal selling* dan strategi yang diterapkan, dapat mempengaruhi penjualan perusahaan sehingga dapat menambah masukan dalam usaha mempertahankan pelanggan dan laba perusahaan. Selain itu, informasi dalam pemasaran untuk meningkatkan target pasar serta memenuhi target penjualan guna menghadapi persaingan bisnis yang semakin maju dan kompetitif.

- Peneliti

Untuk mempertajam kembali ilmu pada bidang pemasaran, terlebih mengenai tentang kebijakan *personal selling*, tidak hanya teori, melainkan aplikasi yang diterapkan pada perusahaan.

- Pihak lain

Agar dapat menjadi suatu bahan referensi bagi pembaca yang berfokus ke arah bidang ilmu pemasaran yaitu *personal selling*.

1.5 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian barang sejak tahun 1975 hingga saat ini. PT. Cahaya Lestari Teguh Makmur

merupakan salah satu distributor terkemuka di Kota Bandar Lampung yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto no. 81 Garuntang, Bandar Lampung.