



**STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA BERSUBSIDI  
PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

**Oleh**

**DAMARA ARIYANTI**

**NIM 150803101049**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA BERSUBSIDI  
PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya  
Program Diploma III Manajemen Perusahaan Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

**Oleh**

**DAMARA ARIYANTI**

**NIM 150803101049**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**DISTRIBUTION STRATEGY OF SUBSIDIZED UREA FERTILIZER  
IN PT. PUPUK KALTIM SURABAYA BRANCH**

**FIELD WORK REPORT**

*Purposed to fulfill the requirements to obtain the degree of Ahli Madya  
Diploma III Study Program Management of Enterprise  
Faculty of Economic and Business  
University of Jember*

**By**

DAMARA ARIYANTI

NIM 150803101049

**STUDY PROGRAM DIPLOMA III MANAGEMENT COMPANY  
MAJOR OF MANAGEMENT  
ECONOMIC FACULTY AND BUSSINES  
UNIVERSITY OF JEMBER**

**2018**

**JUDUL**  
**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

**STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA BERSUBSIDI PADA PT. PUPUK  
KALIMANTAN TIMUR CABANG SURABAYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Damara Ariyanti  
NIM : 150803101049  
Program Studi : Manajemen Perusahaan (D3)  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada Tanggal:

**12 APRIL 2018**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**Susunan Panitia Penguji**

Ketua,

Sekretaris,

**Dr. Sri Wahyu Lely Hana S, S.E., M.Si**  
**NIP. 197405022000032001**

**Drs. NG. Krishnabudi, .M.Agb**  
**NIP. 196304021988021001**

Anggota,

**Drs. Sunardi, M.M**  
**NIP. 195304031985031001**

Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E.,M.M., Ak.,CA**  
**NIP 197107271995121001**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

NAMA : DAMARA ARIYANTI  
NIM : 150803101049  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI : DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN  
JURUSAN : MANAJEMEN  
JUDUL LAPORAN : **STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA  
BERSUBSIDI PADA PT. PUPUK KALIMANTAN  
TIMUR CABANG SURABAYA**

---

---

Jember, 26 Maret 2018

Mengetahui

Ketua Program Studi  
Manajemen Perusahaan

Laporan Praktek Kerja Nyata  
Telah disetujui Oleh Dosen  
Pembimbing

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D  
NIP. 19660408 199103 1 001

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D  
NIP. 19660408 199103 1 001

**MOTTO**

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari bahwa sesungguhnya betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan / diperbuatnya.

(Ali Bin Abi Thalib)

Hidup harus memiliki sikap untuk menentukan pilihan

(M Damai Sailing Semesta)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya ucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala izin agar dapat saya persembahkan karya ini untuk:

1. Kedua Orangtuaku tercinta Mama (Dyah Retno KN) dan Papa (Berny Sansoyo) serta keluarga besar, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang sampai saat ini.
2. Adikku Bintang Sanyata Viyata yang telah memberikan dukungan terbaik dan selalu mendoakanku.
3. Penasehatku Muhammad Damai Sailing Semesta yang senantiasa memberikan saran, nasehat, serta membantu dalam penyusunan laporan ini dengan penuh kesabaran.
4. Guru-guruku mulai TK hingga Perguruan Tinggi yang terhormat, yang telah memberi saya ilmu pengetahuan dan bimbingan dengan penuh kesabaran serta keikhlasan dalam memberikan ilmu yang tiada ternilai harganya.
5. Sahabat-sahabatku berimajinasi (Riris, Faqih, Fachry, Yoga, Mbak Mifta, Galuh, Arief, Andrio, Uyung, Layl) dan sahabat-sahabatku kos (Miftakhur, Cinta, Shella) terimakasih untuk semangat, canda tawa yang kalian berikan.
6. Teman Seperjuangan saya Fita, Viko, Desi, Ainul, Mikha, Salwa, Hurin yang dari awal sampai akhir selalu menyupport hingga saat ini.
7. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

## PRAKATA

Puji syukur atas karunia Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata ini dengan judul “Strategi Distribusi Pupuk Urea Bersubsidi Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat akademis guna menyelesaikan studi pada Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

Laporan Praktek Kerja Nyata ini terwujud berkat bantuan dan dorongan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan laporan ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E, M.M, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Sudaryanto MBA. Ph.D selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian penulisan laporan ini.
3. Seluruh dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember, terima kasih atas bekal ilmu yang telah diberikan kepada saya.
4. Bapak Gatut Budi Prasetyo selaku Pimpinan Staff Distribusi PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu dan arahan dalam dunia kerja.
5. Bapak Joko Sugihartono selaku Staff Umum-SDM.
6. Karyawan dan karyawan PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya atas kesediaannya memberi waktu dan tempat untuk melaksanakan PKN.
7. Kedua orang tua dan keluarga, terima kasih atas kasih sayang dan doa yang tak pernah putus.
8. Sahabat – sahabatku mahasiswa FEB UNEJ, dan teman-temanku seperjuangan di DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2015.



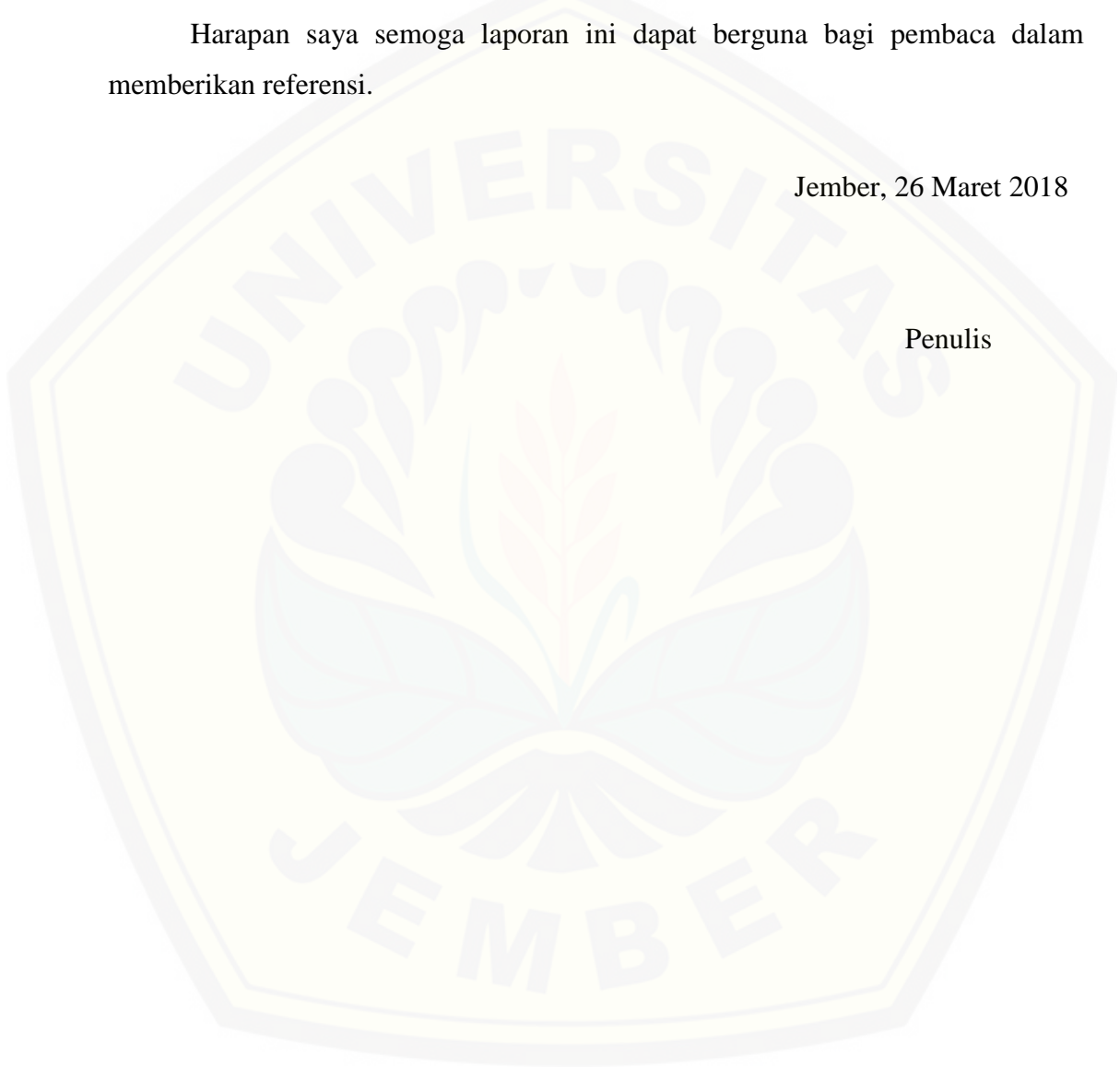
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya untuk dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata masih kurang dari sempurna, maka saya mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat bagi pembaca laporan ini.

Harapan saya semoga laporan ini dapat berguna bagi pembaca dalam memberikan referensi.

Jember, 26 Maret 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Alasan Pemilihan Judul</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan dan Kegunaan Pelaksanaan</b>	
<b>Praktek Kerja Nyata</b> .....	3
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata .....	3
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata .....	3
<b>1.3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan</b>	
<b>Praktek Kerja Nyata</b> .....	3
<b>1.4 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan</b>	
<b>Praktek Kerja Nyata</b> .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Manajemen Pemasaran</b> .....	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	5
2.1.2 Jenis Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.3 Tugas Manajemen Pemasaran .....	6

<b>2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)</b> .....	7
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
2.2.2 Konsep Bauran Pemasaran.....	8
<b>2.3 Strategi</b> .....	9
2.3.1 Pengertian Strategi .....	9
2.3.2 Tujuan Strategi .....	9
2.3.3 Manfaat Strategi .....	10
<b>2.4 Saluran Distribusi</b> .....	11
2.4.1 Pengertian Saluran Distribusi.....	11
2.4.2 Fungsi Saluran Distribusi.....	11
2.4.3 Tingkat Saluran Distribusi .....	13
2.4.4 Strategi Saluran Distribusi .....	15
<b>BAB 3. GAMBARAN UMUM PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR</b>	
<b>CABANG SURABAYA</b> .....	17
<b>3.1 Sejarah PT. Pupuk Kalimantan Timur</b> .....	17
3.1.1 Visi dan Misi.....	21
3.1.2 Nilai dan Budaya.....	22
3.1.3 Makna Logo .....	23
<b>3.2 Struktur Organisasi</b> .....	23
3.2.1 Susunan Tingkat dan Tugas .....	25
<b>3.3 Jenis Produk dan Macam Pupuk</b> .....	28
3.3.1 Urea.....	28
3.3.2 Urea Pupuk Indonesia .....	29
3.3.3 Amoniak.....	29
3.3.4 NPK.....	29
<b>3.4 Pupuk Bersubsidi</b> .....	30
3.4.1 pengertian Pupuk Bersubsidi .....	30
3.4.2 Tujuan Pupuk Bersubsidi .....	30
3.4.3 Manfaat Pupuk Bersubsidi.....	30

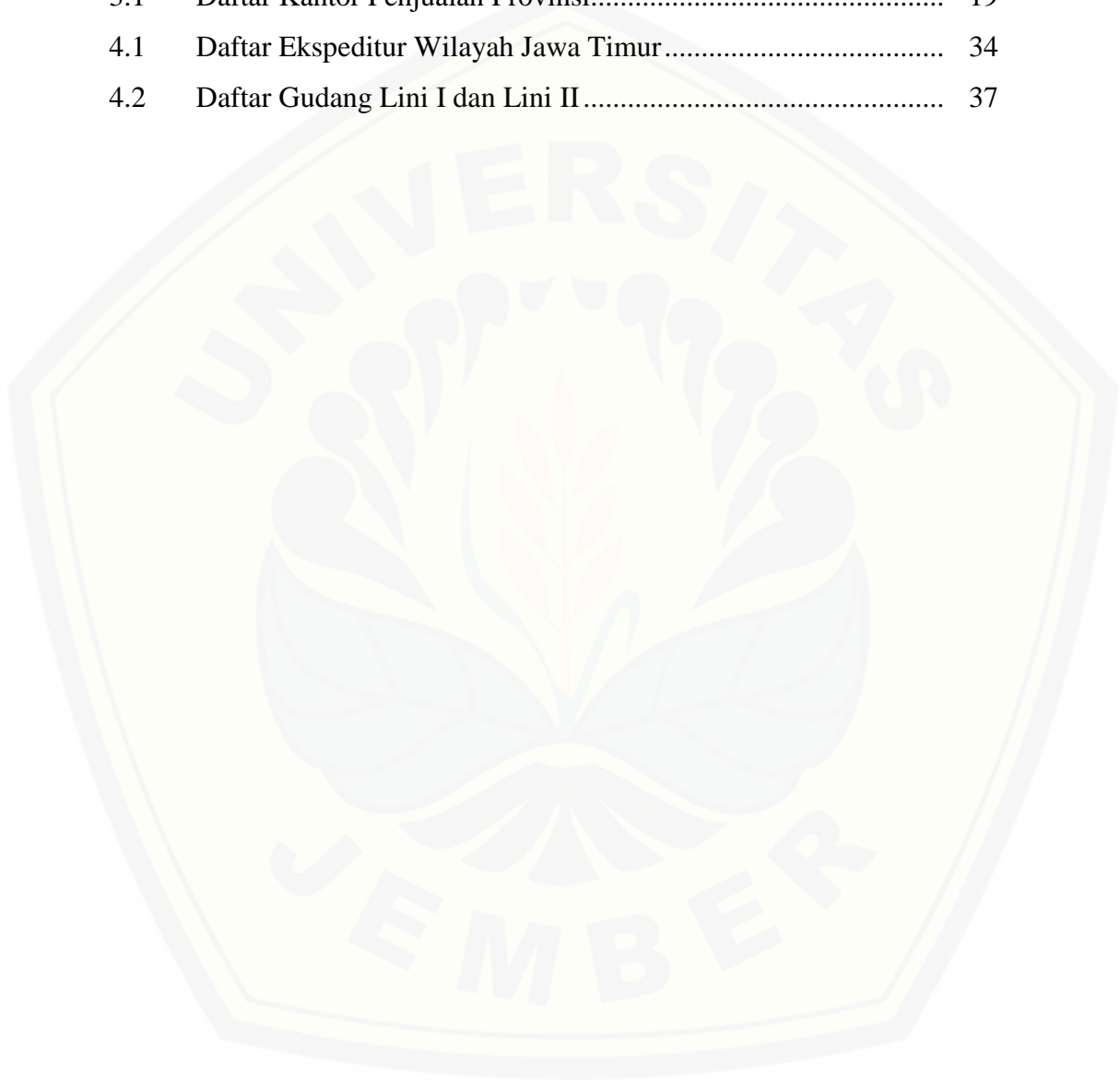
<b>BAB 4. HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Distribusi Pupuk Urea Bersubsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.....</b>	<b>31</b>
4.1.1 Strategi Distribusi Pupuk Urea Bersubsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.....	35
<b>4.2 Kegiatan Praktek Kerja Nyata di Bidang Distribusi PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.....</b>	<b>39</b>
4.2.1 Melakukan Verifikasi Data Distribusi .....	39
4.2.2 Melakukan <i>Stockopname</i> Persediaan Pupuk Urea Bersubsidi.....	44
<b>4.3 Istilah-Istilah Bagian Distribusi.....</b>	<b>47</b>
<b>4.4 Identifikasi Permasalahan dan Solusi.....</b>	<b>49</b>
4.4.1 Identifikasi Permasalahan .....	49
4.4.2 Solusi.....	49
<b>BAB 5. KESIMPULAN .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Saluran Pemasaran Konsumsi.....	14
Gambar 3.1 Wilayah Kantor Penjualan .....	21
Gambar 3.2 Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur .....	23
Gambar 3.3 Struktur Organisasi.....	24
Gambar 3.4 Pupuk Urea.....	28
Gambar 4.1 <i>Flowchart</i> .....	35
Gambar 4.2 Alur Verifikasi Data Distribusi .....	39
Gambar 4.3 Contoh PO-STO .....	40
Gambar 4.4 Contoh Surat Pengantar.....	41
Gambar 4.5 Contoh BAR Pemuatan Pupuk.....	42
Gambar 4.6 Contoh BAR Pembongkaran Pupuk.....	43
Gambar 4.7 Daftar Hasil <i>Stockopname</i> .....	45
Gambar 4.8 Berita Acara <i>Stockopname</i> Pupuk.....	46

**DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
1.1 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	4
3.1 Daftar Kantor Penjualan Provinsi.....	19
4.1 Daftar Ekspeditur Wilayah Jawa Timur.....	34
4.2 Daftar Gudang Lini I dan Lini II.....	37



**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Permohonan Tempat PKN .....	53
Lampiran 2 Daftar Hadir Halaman 1 .....	54
Lampiran 3 Daftar Hadir Halaman 2 .....	55
Lampiran 4 Daftar Hadir Halaman 3 .....	56
Lampiran 5 Permohonan Nilai PKN.....	57
Lampiran 6 Nilai Hasil PKN .....	58
Lampiran 7 Surat Balasan Permohonan Tempat PKN .....	59
Lampiran 8 Persetujuan Penyusunan Laporan PKN.....	60
Lampiran 9 Kartu Konsultasi Halaman 1 .....	61
Lampiran 10 Kartu Konsultasi Halaman 2 .....	62

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Alasan Pemilihan Judul

Indonesia merupakan wilayah yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, sehingga Indonesia dikenal sebagai negara agraris. Sebagian besar mata pencaharian penduduk Indonesia adalah dari sektor pertanian karena Indonesia memiliki wilayah yang sangat potensial untuk pengembangan sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peranan yang signifikan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Begitu besarnya peranan sektor pertanian di Indonesia tidak terlepas dari industri pupuk. Peranan industri pupuk dalam menunjang ekonomi khususnya sektor pertanian tidak diragukan. Seiring dengan terus meningkatnya luas lahan pertanian dan perkebunan di Indonesia, kebutuhan akan pupuk urea pun semakin meningkat. Urea merupakan pupuk nitrogen yang paling mudah dipakai dikarenakan bentuknya yang berupa *granule* (butiran) sehingga dapat dengan mudah diangkut dan mudah larut dalam air serta tidak meninggalkan residu garam setelah dipakai pada tanaman. Zat ini mengandung nitrogen paling tinggi (46 %) di antara semua pupuk padat. Kedudukan pupuk yang amat penting dalam produksi pertanian mendorong campur tangan pemerintah untuk mengatur tataniaga pupuk. Tujuan kebijakan pemberian pupuk bersubsidi ini adalah untuk membantu meringankan beban petani dalam penyediaan dan penggunaan pupuk untuk kegiatan usaha taninya sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan produksi komoditas pertanian untuk mendukung ketahanan pangan nasional.

Pendistribusian pupuk urea bersubsidi ke daerah-daerah tidak semuanya berjalan lancar kendala yang biasa dihadapi dalam proses pengiriman adalah kendala teknis seperti kerusakan pada alat transportasi atau alat angkut dan infrastruktur pendistribusian yang belum memadai. Hal ini menyebabkan terjadinya keterlambatan pengiriman pupuk urea bersubsidi ke gudang-gudang provinsi maupun kabupaten. Untuk mengatasi penyalahgunaan pupuk urea subsidi bagi pihak yang tidak bertanggung jawab, maka pemerintah



mengeluarkan kebijakan, baru terkait warna pupuk urea. Jika sebelumnya warna pupuk urea subsidi dan non subsidi sama yaitu berwarna putih, maka semenjak pemerintah mengeluarkan kebijakan baru warna pupuk urea subsidi diganti menjadi warna *pink*. Hal ini dimaksudkan agar secara visual pupuk urea subsidi dapat dibedakan dengan pupuk urea non subsidi. Pupuk urea subsidi yang berwarna *pink* sudah didistribusikan mulai 01 Oktober 2011 secara bertahap. Sehingga mulai bulan Januari 2012 pupuk urea bersubsidi di semua daerah sudah berwarna *pink*.

Sistem distribusi pupuk urea subsidi dilakukan secara tertutup. Artinya penyaluran, penjualan, dan pembelian pupuk tidak dapat dilakukan secara bebas karena sudah diatur melalui peraturan pemerintah berdasarkan rencana definitif kebutuhan kelompok (RDKK). Pola distribusi pupuk urea bersubsidi yang terjadi di PT. Pupuk Kalimantan Timur ialah melalui empat penyalur distribusi sebelum akhirnya sampai ke petani. Keempat penyalur distribusi tersebut ialah lini I bertindak sebagai produsen pupuk yang berlokasi di Kota Bontang, lini II bertindak sebagai gudang penyimpanan pupuk atau UPP (Unit Pengantongan Pupuk) di tingkat provinsi, lini III bertindak sebagai gudang penyimpanan pupuk atau UPP di tingkat kabupaten/kota, lini IV bertindak sebagai kios pengecer resmi yang melakukan penjualan pupuk kepada petani. Sebelum pupuk sampai kepada kios terlebih dahulu pupuk didistribusikan ke distributor yang dipercaya PT. Pupuk Kalimantan Timur dalam menyalurkan pupuk urea bersubsidi.

Berdasarkan uraian diatas penerapan pendistribusian yang baik dibutuhkan strategi agar dapat mengatasi kendala yang terjadi. Oleh karena itu kegiatan kerja nyata ini mengambil judul : “ **STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA BERSUBSIDI PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA** “.

## 1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

### 1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Untuk memahami strategi distribusi pupuk urea bersubsidi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.
- b. Untuk membantu pelaksanaan distribusi pupuk urea bersubsidi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.

### 1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

Kegunaan Praktek Kerja Nyata yang dilaksanakan pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya ini adalah memperoleh pengetahuan praktis dan pengalaman tentang Strategi Distribusi Pupuk Urea Bersubsidi pada PT. Pupuk Kaltim Cabang Surabaya.

## 1.3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata :

- a. Obyek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata :  
Praktek Kerja Nyata dilaksanakan pada PT. Pupuk Kaltim Cabang Surabaya di Jl. Genteng Kali no. 55-57 Surabaya.
- b. Rincian Kegiatan rill :

Sesuai dengan ketentuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yakni minimal 144 jam atau kurang lebih 30 hari terhitung pada 8 Januari 2018 sampai 23 Februari 2018.

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata sesuai dengan jam kerja di PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya yakni, sebagai berikut:

Senin s/d Jumat : Pukul 08:00 – 17:00

Istirahat : Pukul 12:00 – 13:00

Sabtu s/d Minggu : Libur

#### 1.4 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Jadwal pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Nyata dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1 jadwal PKN di PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya

No	Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Minggu ke-				Jumlah Jam
		1	2	3	4	
1	Pengurusan surat izin PKN.	X	X			5
2	Perkenalan dengan Pimpinan dan Karyawan PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya			X	X	3
3	Pengarahan dan Penjelasan tentang gambaran umum dari PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya			X	X	2
4	Pelaksanaan PKN serta mengumpulkan data-data dan informasi untuk digunakan dalam menyusun laporan PKN		X	X	X	84
5	Konsultasi dengan dosen pembimbing secara periodik.	X	X	X	X	15
6	Penyusunan laporan PKN dan Penggandaan laporan PKN			X	X	30
7	Total jam kegiatan Praktek Kerja Nyata					144

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Manajemen Pemasaran

#### 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dapat dibedakan definisi sosial dengan definisi manajerial dari pemasaran. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan pemasaran di dalam masyarakat untuk memberikan standar kehidupan yang lebih tinggi. Sedangkan untuk definisi sosial pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (2008:5) manajemen pemasaran merupakan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

*American Marketing Association* (AMA) dalam buku Kotler dan Keller (2008:5) menawarkan definisi formal bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6) pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

### 2.1.2 Jenis Pemasaran

Dalam bisnis jasa pemasaran bersifat kompleks karena banyak elemen yang mempengaruhi seperti internal organisasi, lingkungan fisik, komentar dari mulut – mulut, dsb. Oleh karena itu menurut Gron Rous dalam Kotler (1994:469) mengemukakan bahwa pemasaran ada 3 yaitu :

#### 1. Pemasaran Eksternal

Dilakukan untuk menghubungkan perusahaan dengan konsumen, hal ini merupakan pekerjaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyiapkan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa kepada konsumen.

#### 2. Pemasaran Internal

Dilakukan untuk menghubungkan perusahaan dan karyawan, dalam hal ini perusahaan melatih dan memotivasi karyawan untuk melayani konsumen dengan baik.

#### 3. Pemasaran Interaktif

Dalam hal ini menghubungkan antara konsumen dan karyawan dengan karyawan perusahaan. Pemasaran interaktif merupakan gambaran atas keahlian karyawan dalam melayani konsumen.

### 2.1.3 Tugas Manajemen Pemasaran

Identifikasi serangkaian tugas yang menentukan keberhasilan manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2008:29) , yaitu sebagai berikut :

1. Mengembangkan Strategi dan Rencana Pemasaran.
2. Menangkap pemahaman (atau gagasan) pemasaran.
3. Berhubungan dengan pelanggan.
4. Membangun merk yang kuat.
5. Membentuk penawaran pasar.
6. Menghantarkan nilai.
7. Mengomunikasikan nilai.
8. Menciptakan pertumbuhan jangka panjang.

## 2.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

### 2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Kotler dan Amstrong (2008:62) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut “empat P” : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi). Penjelasan mengenai variabel 4P adalah sebagai berikut :

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dalam bentuk produk maupun jasa untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk meliputi bentuk fisik, pelayanan, pengalaman, events, tempat, organisasi dan informasi.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah nilai uang yang dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga merupakan elemen yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dan juga harga dapat meningkat atau menurun. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktik saingan dan perubahan keinginan pasar.

3. *Place* (Tempat)

Tempat adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memuat produk mudah diperoleh dan tersedia bagi pasar sasaran.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah dimana terdapat aktifitas mengkomunikasikan berbagai keunggulan yang dimiliki suatu produk, dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

### 2.2.2 Konsep Bauran Pemasaran

Konsep yang mendasari dari bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

#### A. Pemilihan Pasar

Faktor yang mempengaruhi pemilihan pasar :

1. Keterbatasan terhadap sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan lebih sempit.
2. Pengalaman secara keseluruhan yang didasarkan pada trial dan error di dalam menanggapi peluang dan tantangan.

#### B. Perencanaan Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. (Fandy Tjiptono, 1997:98)

Produk ada 2 macam bentuk adalah sebagai berikut :

##### 1. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

##### a. Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula, dan garam.

##### b. Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih). Contohnya adalah TV, lemari es, mobil.

## 2. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan.

### C. Penetapan Harga

Harga merupakan satu – satunya unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dan juga berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Disamping itu harga merupakan unsur pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Tujuan penetapan harga :

1. Untuk mendapatkan atau menghasilkan laba paling tinggi
2. Agar dapat meningkatkan dan mencapai target volume penjualan atas pangsa pasar.
3. Untuk mempertahankan citra (image) suatu perusahaan atau untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan sehingga perusahaan bertahan hidup.

## 2.3 Strategi

### 2.3.1 Pengertian Strategi

Menurut R. David (2016:11) strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar. Sebagai tambahan, strategi memengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

### 2.3.2 Tujuan Strategi

Menurut R. David (2016:124) tujuan strategi mencakup hal-hal seperti :

1. Pangsa pasar yang lebih besar.
2. Pengiriman tepat waktu dan lebih cepat dari pada pesaing.



3. Waktu desai yang lebih pendek daripada pesaing.
4. Biaya lebih rendah daripada pesaing.
5. Kualitas produk yang lebih tinggi daripada pesaing.
6. Ruang lingkup geografis yang lebih luas daripada pesaing.
7. Meraih kepemimpinan teknologi.
8. Konsisten mendapatkan produk yang baru atau yang meningkat untuk pasar didepan pesaing dan sebagainya.

### 2.3.3 Manfaat Strategi

Manfaat strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua macam yaitu :

#### 1. Manfaat Strategi pada Keuangan

Penelitian mengindikasikan bahwa organisasi yang menggunakan konsep dengan strategi lebih menguntungkan dan berhasil dibandingkan organisasi yang tidak menggunakan konsep strategi. Perusahaan yang menggunakan konsep strategi menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan, tingkat keuntungan dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa aktivitas perencanaan sistematis. Perusahaan berkinerja tinggi cenderung melakukan perencanaan sistematis untuk mempersiapkan diri menghadapi fluktuasi di masa depan dalam lingkungan internal dan eksternal.

#### 2. Manfaat Strategi Non-keuangan

Selain membantu perusahaan menghindari kegagalan keuangan, strategi memiliki manfaat lainnya, seperti meningkatnya kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang meningkat akan strategi pesaing, produktivitas karyawan yang meningkat, berkurangnya resistensi terhadap perubahan, dan pemahaman yang lebih jelas dari hubungan kinerja imbalan. Strategi meningkatkan kemampuan pencegahan masalah oleh organisasi karena membuat interaksi di antara manajer pada semua tingkatn divisi dan fungsi.

## 2.4 Saluran Distribusi

### 2.4.1 Pengertian Saluran Distribusi

Kebanyakan produsen menggunakan perantara untuk menyalurkan produk mereka ke pasar. Mereka berusaha keras untuk membangun saluran distribusi dan perangkat organisasi saling tergantung yang terlibat dalam proses menyediakan produk atau jasa agar dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen.

Saluran distribusi menurut Tjiptono dkk. (2008:588) mendefinisikan bahwa saluran distribusi merupakan serangkaian partisipasi organisasional yang melakukan semua fungsi dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir. Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam sistem pemasaran karena distribusi yang efektif dan efisien maka barang akan cepat dipasarkan dan selanjutnya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.

### 2.4.2 Fungsi Saluran Distribusi

Fungsi saluran distribusi memindahkan barang dari produsen kepada konsumen, sehingga tugas utama saluran distribusi adalah menciptakan kegunaan waktu, tempat, dan kepemilikan dapat tercapai. Oleh karena itu, setiap anggota saluran distribusi harus mampu untuk bekerjasama dalam melaksanakan tugasnya sebagai perantara dalam usaha menjaga arus pergerakan barang atau produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Tugas utama dari anggota saluran distribusi menurut Kotler dan Keller (2007:128) adalah:

1. Informasi

Informasi adalah mengumpulkan dan mendistribusikan riset pemasaran dan informasi intelijen tentang pelaku dan kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang diperlukan untuk perencanaan dan membantu terjadinya pertukaran.

2. Promosi

Promosi adalah mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif tentang suatu penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan.

### 3. Kontak

Kontak adalah menemukan dan berkomunikasi dengan pembeli prospektif.

### 4. Penyesuaian

Penyesuaian adalah membentuk dan menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan pembeli, termasuk kegiatan manufaktur, pemilihan, perakitan, dan pengemasan.

### 5. Negosiasi

Negosiasi adalah mencapai kesepakatan mengenai harga dan ketentuan-ketentuan lain sehingga peralihan kepemilikan dapat terlaksana.

### 6. Pemesanan

Pemesanan adalah komunikasi terbalik dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai minat untuk membeli.

### 7. Pembiayaan

Pembiayaan adalah memperoleh dana untuk membiayai persediaan pada tingkat yang berbeda dalam saluran pemasaran.

### 8. Pengambilan Resiko

Pengambilan Resiko adalah menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut.

### 9. Pemilihan Fisik

Pemilihan Fisik adalah mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir.

### 10. Pembayaran

Pembayaran adalah mengatur pelunasan tagihan mereka kepada pembeli melalui bank dan lembaga keuangan lainnya.

### 11. Hak Milik

Hak Milik adalah mengawasi peralihan kepemilikan aktual dari suatu organisasi.

### 2.4.3 Tingkat Saluran Distribusi

Dalam menyalurkan produk kepada konsumen, perusahaan harus membuat suatu kebijakan yang tepat dalam memilih saluran distribusi. Penetapan saluran distribusi ini sangat penting bagi perusahaan karena dengan memilih saluran distribusi yang tepat dan benar perusahaan dapat meningkatkan tingkat volume penjualan dan memperluas pangsa pasar dengan lebih efektif dan efisien.

Beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk melakukan pendistribusian produk kepada konsumen. Adapun jenis-jenis saluran distribusi menurut Kotler dan Keller (2008:113) adalah bahwa jumlah tingkat saluran distribusi dibagi kedalam empat jalur yang dapat dipakai oleh produsen atau perusahaan dalam menyalurkan produknya.

Berikut penjelasan mengenai beberapa tingkat saluran distribusi yaitu :

#### 1. Saluran 0

Saluran 0 disebut saluran pemasaran langsung karena tidak mempunyai tingkat perantara penjualan. Saluran ini langsung menjual produknya kepada konsumen akhir tanpa perantara. Dapat dilakukan dengan cara :

- a. Penjualan dari pintu ke pintu.
- b. Penjualan melalui media televisi.
- c. Penjualan melalui internet.
- d. Lewat toko-toko milik produsen.
- e. Pesanan surat.

#### 2. Saluran 1

Saluran 1 terdiri dari satu tingkat perantara penjualan. Pada saluran pemasaran barang konsumsi, perantara ini merupakan pengecer.

#### 3. Saluran 2

Saluran 2 terdiri dari dua tingkat perantara penjualan. Pada saluran pemasaran barang konsumsi produsen dibantu oleh pedagang grosir dan pengecer.

#### 4. Saluran 3

Saluran 3 terdiri dari tiga tingkat perantara penjualan, yaitu pedagang grosir, pedagang besar dan pengecer. Ada pula perusahaan yang menggunakan

saluran pemasaran banyak tingkat, akan tetapi jarang terjadi dan dipakai oleh perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa jenis saluran distribusi dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu :

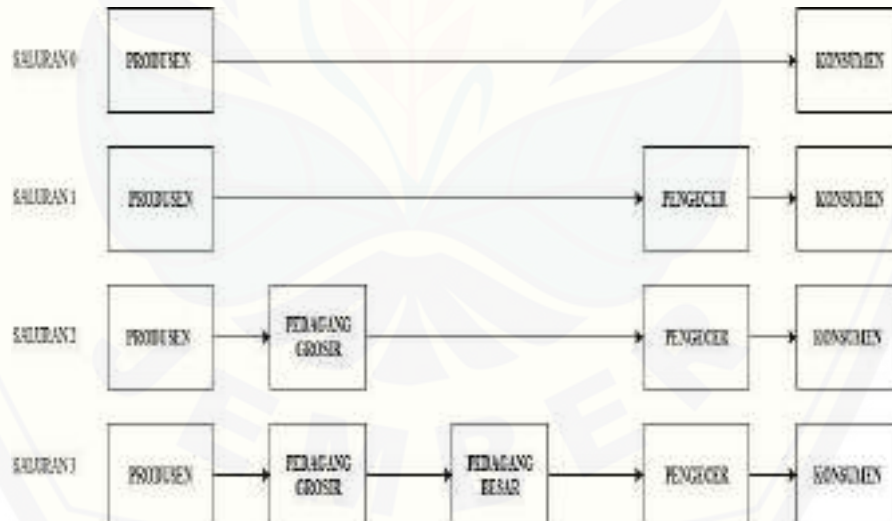
a. Saluran Distribusi Langsung (*Direct Selling*)

Saluran distribusi langsung adalah jenis saluran distribusi dimana produsen secara langsung menjual produknya kepada konsumen tanpa adanya perantara.

b. Saluran Distribusi Tidak Langsung (*Indirect Selling*)

Saluran distribusi tidak langsung adalah saluran distribusi dimana produsen dalam menyalurkan produknya menggunakan satu atau lebih perantara.

Saluran Pemasaran Konsumsi



Gambar 2.1 : Saluran Pemasaran Konsumsi

Sumber : Kotler dan Keller (2008:113)

#### 2.4.4 Strategi Saluran Distribusi

Perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang akan digunakan pada setiap tingkat saluran. Ada 3 strategi yang tersedia yaitu :

1. Distribusi Eksklusif (*exclusive distribution*)

Distribusi eksklusif berarti sangat membatasi jumlah perantara. Distribusi ini tepat ketika produsen ingin mempertahankan kendali atas tingkat jasa dan output yang ditawarkan oleh penjual perantara, dan distribusi ini sering memasukkan pengaturan kesepakatan eksklusif. Dengan memberikan distribusi eksklusif, produsen berharap mendapatkan penjualan yang lebih berdedikasi dan berpengetahuan. Distribusi eksklusif memerlukan kemitraan yang lebih erat antara penjual dan penjual perantara dan digunakan dalam distribusi mobil baru, beberapa peralatan utama, dan sejumlah merk busana wanita. Kesepakatan eksklusif antara pemasok dan pengecer menjadi dasar bagi spesialis yang mencari sisi dunia bisnis yang semakin digerakkan oleh harga. Ketika label perancang legendaris Italia, *Gucci*, mendapati citranya menjadi pudar karena paparan berlebihan dari lisensi dan toko diskon, *Gucci* memutuskan untuk mengakhiri kontrak dengan pemasok pihak ketiga, mengendalikan distribusinya, dan membuka tokonya sendiri untuk mengembalikan sinarnya.

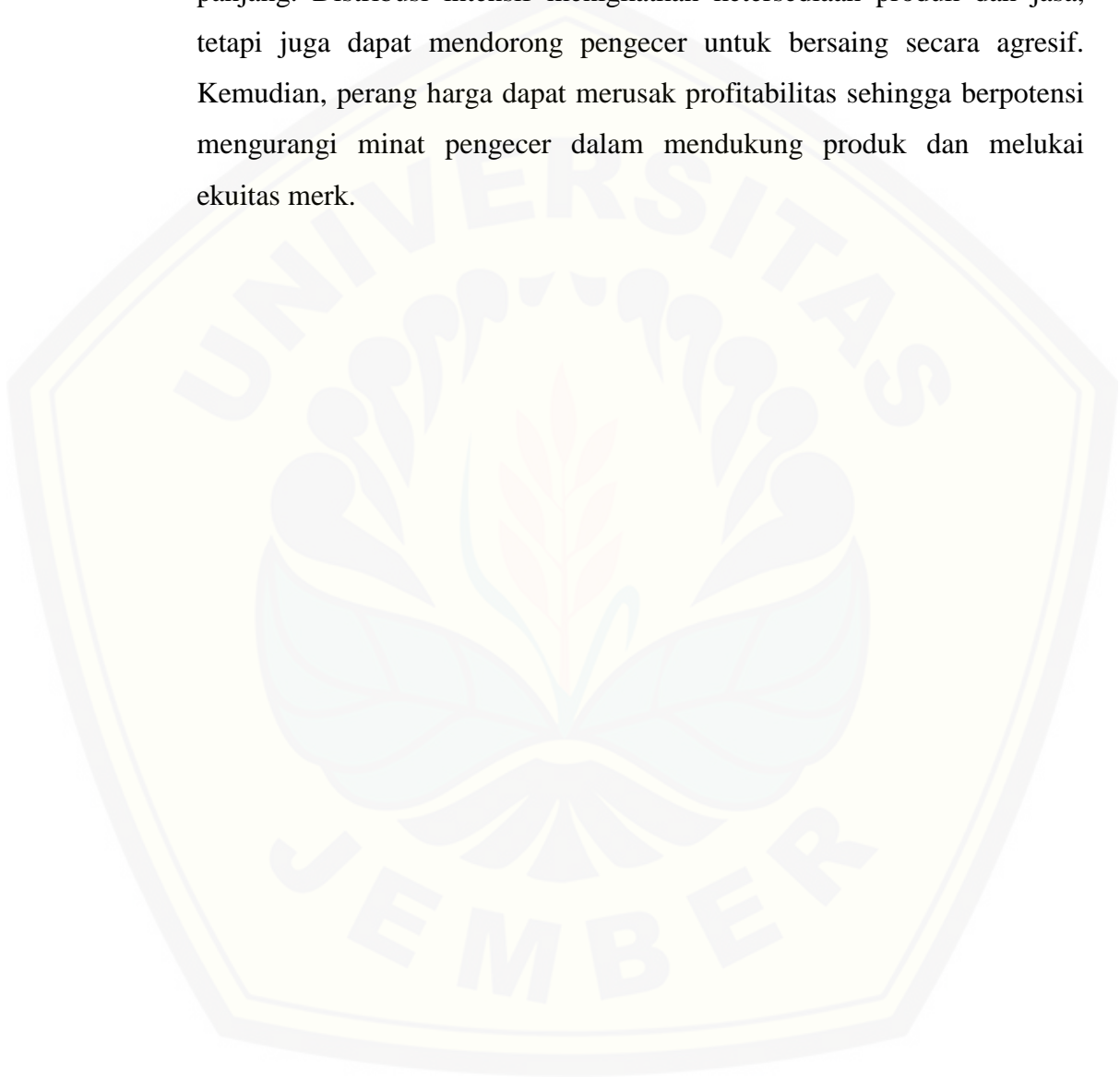
2. Distribusi Selektif (*selective distribution*).

Distribusi selektif bergantung pada beberapa perantara, namun tidak semuanya bersedia menjual produk tertentu. Masuk akal bagi perusahaan mapan dan perusahaan baru yang mencari distributor. Perusahaan tidak perlu khawatir tentang terlalu banyak gerai, perusahaan bisa mendapatkan cakupan pasar yang cukup besar dengan lebih banyak kendali dan biaya yang lebih murah daripada distribusi intensif.

3. Distribusi Intensif (*intensive distribution*).

Distribusi intensif produsen menempatkan barang atau jasa di sebanyak mungkin gerai. Strategi ini biasanya digunakan untuk barang – barang seperti makanan ringan, minuman ringan, surat kabar, dan permen karet,

produk yang sering dibeli konsumen atau dalam berbagai lokasi. Produsen terus berusaha beralih dari distribusi eksklusif atau selektif ke distribusi yang lebih intensif untuk meningkatkan cakupan dan penjualan. Strategi ini dapat membantu untuk jangka pendek, tetapi dapat merusak kinerja jangka panjang. Distribusi intensif meningkatkan ketersediaan produk dan jasa, tetapi juga dapat mendorong pengecer untuk bersaing secara agresif. Kemudian, perang harga dapat merusak profitabilitas sehingga berpotensi mengurangi minat pengecer dalam mendukung produk dan melukai ekuitas merk.



### BAB 3. GAMBARAN UMUM INSTANSI

#### 3.1 Sejarah PT. Pupuk Kalimantan Timur

PT. Pupuk Kalimantan Timur (Pupuk Kaltim) berdiri sejak 7 Desember 1977 di Kota Bontang yang terletak dipesisir utara pantai Kalimantan Timur. Pupuk Kaltim merupakan anak perusahaan dari PT Pupuk Indonesia (Persero) yang saat ini mengoperasikan lima pabrik Urea dan lima pabrik Amoniak, dengan kapasitas 3,435 juta ton Urea per tahun dan 2,740 juta ton Amoniak per tahun. Pupuk Kaltim juga memiliki tiga pabrik NPK Blending dengan kapasitas produksi 150 ribu ton per tahun dan dua pabrik NPK Fusion.

Pembangunan Pabrik 1 dimulai pada 16 November 1979, pionir-pionir muda mulai berdatangan dengan semangat tinggi demi melaksanakan tugas Negara. Sedangkan pada 24 April 1982, Pabrik 2 dibangun dan berhasil diselesaikan tiga bulan lebih cepat. Kedua pabrik ini diresmikan secara bersamaan pada 29 Oktober 1984. Semangat pengabdian yang tinggi terus memunculkan karya terbaik untuk bangsa ini, selanjutnya Pabrik 3 pun dibangun dua tahun setelah diresmikannya Pabrik 1 dan Pabrik 2 yang diresmikan pada 4 April 1989.

Proyek Optimalisasi Kaltim (POPKA) merupakan Pabrik Urea Granul pertama di Indonesia dan diresmikan pada 7 Juli 1999 bersamaan dengan pemancangan tiang pertama pabrik 4. Untuk Unit Urea Pabrik 4 diresmikan pada 31 Mei 2004 oleh Presiden RI dan pada 17 Mei 2008 telah dilakukan pemancangan tiang pertama pembangunan pabrik NPK Fuse Blending Granulation pada tahun 2014, Pupuk Kaltim melakukan pengalihan aset PT Kaltim Pasifik Amoniak (KPA) berupa pabrik Amoniak beserta fasilitas pendukungnya. KPA merupakan produsen Amoniak untuk pasar dalam dan luar negeri yang berdiri pada 1997 dan diresmikan pada tahun 2000 melalui pengalihan aset tersebut. Pengoperasian POPKA dan KPA telah bergabung dibawah satu koordinasi Unit Kerja dengan nama Pabrik 1-A.

Pupuk Kaltim terus membangun proyek besar lainnya salah satunya adalah pembangunan pabrik 5 yang dibangun pada 14 September 2011 dan Pabrik Boiler Batubara beroperasi pada tahun 2013. Pembangunan pabrik 5 merupakan realisasi



pertama program Revitalisasi Industri Pupuk berdasarkan Intruksi Presiden RI No.2 Tahun 2010. Pada 9 November 2015 Pabrik diserahkan dari kontraktor pelaksana proyek Pupuk Kaltim setelah melewati Performance test pada 19 Oktober 2015 dan diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo pada 19 November 2015.

Sebagai salah satu pabrik pupuk terbesar di Indonesia, Pupuk Kaltim memiliki tanggung jawab untuk memenuhi pengadaan dan pendistribusian Urea bersubsidi pada 2/3 wilayah Indonesia yang meliputi sebagian besar Jawa Timur dan wilayah Indonesia Timur lainnya. Keberadaan Pupuk Kaltim memberikan banyak manfaat tidak hanya bagi karyawan dan *stockholder* tetapi juga bagi masyarakat disekitarnya. Melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), Pupuk Kaltim senantiasa melakukan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat sehingga tercipta harmoni antara perusahaan dengan sekitar. Sejarah mencatat sebuah kesungguhan kerja dan tekad yang kuat akan menghasilkan karya-karya terbaik. Masa pionir telah berlalu dan kini tugas-tugas yang tak kalah berat telah menanti, maka dari itu semangat para pionir harus tetap terjaga untuk menjawab segala tantangan di masa mendatang.

Dengan banyaknya tanggung jawab yang dipegang oleh PT. Pupuk Kalimantan Timur maka dilakukan pembangunan kantor penjualan di setiap provinsi yang menjadi tanggung jawabnya. Dibawah ini merupakan daftar kantor penjualan cabang PT. Pupuk Kalimantan Timur pada tiap provinsi adalah sebagai berikut :

Daftar kantor cabang penjualan PT. Pupuk Kalimantan Timur pada tiap provinsi adalah :

No	NAMA PERUSAHAAN	ALAMAT	NO.TELP
1	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN JAWA TIMUR	JL.GENTENG KALI NO.55-57 GENTENG SURABAYA	(031) 5341020, 5357290
2	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN BALI	JL.NGURA RAY (BAYPASS) NO.242 SANUR, DENPASAR	(031) 281849, 281959
3	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN NUSA TENGGARA BARAT	JL.SRIWIJAYA NO.99 MATARAM	(0370) 633051, 633009
4	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN NUSA TENGGARA TIMUR	JL. RA KARTINI III NO.37 KELAPA LIMA KUPANG	(0411) 440128
5	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN KALIMANTAN BARAT	JL.AHMAD YANI II KOMPLEK PERTOKOAN VILLA CERIA LESTARI NO.8 KURUBAYA, PONTIANAK	(0561) 580001
6	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN KALSEL DAN KALTENG	JL.BRIDGE HASAN BASRI NO.46 A BANJARMASIN	(0551) 3307845
7	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN KALTIM DAN KALIMANTAN UTARA	JL.KARDI OENING NO.45 AIR HITAM, SAMARINDA	(0541) 7272755
8	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN SULAWESI UTARA	JL.TOTOLIO SUPID NO.9 TELING ATAS, MANADO	(0431) 854883, 855407
9	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN SULAWESI TENGAH	JL.DR.SUHARSONO NO.87, PALU	(0451) 4569008
10	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN SULAWESI TENGGARA DAN SULAWESI BARAT	JL.SUPU YUSUF NO.27 MANDONGA KOTA KENDARI	(0401) 3125225

NO	NAMA PERUSAHAAN	ALAMAT	NO.TELP
11	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN SULAWESI SELATAN	KOMP. PERKANTORAN PT.PUSRI JL. ADI PANGERAN PETTARANI, PENAKUKANG, MAKASSAR	(0411) 440128
12	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN MALUKU	BATU MERAH PUNCAK RT/RW 006/06 NO.20A GALUNGGUNG, AMBON	(0911) 355453
13	PT.PUPUK KALTIM KANTOR PENJUALAN PAPUA BARAT	JL.KELAPA DUA NO.3A ENTROP, JAYAPURA	(0967) 521557

Tabel 3.1 : Kantor Penjualan Provinsi

Sumber : PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya, Tahun 2018.

### Kantor Penjualan



Gambar 3.1 : Wilayah Kantor Penjualan

Sumber : [www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)

#### 3.1.1 Visi dan Misi PT Pupuk Kalimantan Timur

##### Visi

*“Menjadi Perusahaan di bidang industri pupuk, kimia dan agribisnis kelas dunia yang tumbuh berkelanjutan.”*

##### Misi

1. Menjalankan bisnis produk-produk pupuk, kimia, serta portofolio investasi dibidang kimia, serta portofolio investasi dibidang kimia, agro, energi, trading dan jasa pelayanan pabrik yang berdaya saing tinggi.
2. Mengoptimalkan nilai Perusahaan melalui bisnis inti dan pengembangan baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan menunjang program kedaulatan pangan Nasional.
3. Mengoptimalkan utilisasi sumber daya dilingkungan sekitar maupun pasar global yang didukung oleh SDM yang berwawasan internasional dengan menerapkan teknologi terdepan.
4. Memberikan manfaat yang optimum bagi pemegang saham, karyawan dan masyarakat serta peduli pada lingkungan.

### 3.1.2 Nilai dan Budaya Perusahaan

Untuk mencapai visi dan misi, perusahaan membangun budaya perusahaan (ACTIVE) yang secara terus-menerus disosialisasikan kepada pegawai. Budaya kerja tersebut meliputi :

1. *Achievement Oriental*

Insan Pupuk Kaltim tangguh dan profesional dalam mencapai sasaran perusahaan dengan menegakkan nilai – nilai: **Profesional dan Tangguh.**

2. *Customer Focus*

Insan Pupuk Kaltim selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dan berkomitmen pada kepuasan pelanggan dengan menegakkan nilai – nilai : **Perhatian dan Komitmen.**

3. *Teamwork*

Insan Pupuk Kaltim harus menjalin sinergi dan bersatu dalam bekerja dengan mengutamakan nilai – nilai : **Sinergi dan Bersatu.**

4. *Integrity*

Insan Pupuk Kaltim menjunjung tinggi kejujuran dan bertanggung jawab dengan menjunjung nilai – nilai : **Jujur dan Tanggung Jawab.**

5. *Visionary*

Insan Pupuk Kaltim selalu berpikir jauh ke depan dan siap menghadapi perubahan dinamika usaha dengan memperhatikan nilai – nilai : **Inovatif dan Adaptif.**

6. *Environmentally Friendly*

Insan Pupuk Kaltim peduli terhadap lingkungan dan memberi manfaat bagi masyarakat luas untuk keberlanjutan perusahaan dengan memperhatikan nilai – nilai : **Peduli dan Berkelanjutan.**

### 3.1.3 Makna Logo



Gambar 3.2 : Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur

Sumber : [www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)

Untuk menunjukkan citra PT Pupuk Kaltim Cabang Surabaya mempunyai logo dan makna sebagai berikut :

1. Segi lima melambangkan Pancasila merupakan landasan idiil perusahaan.
2. Daun dan Buah melambangkan kesuburan dan kemakmuran.
3. Lingkaran putih kecil adalah letak lokasi Bontang dekat Khatulistiwa.
4. Tulisan PUPUK KALTIM melambangkan keterbukaan perusahaan memasuki era globalisasi.

Warna Jingga :

Melambangkan semangat sikap kreatifitas membangun dan sikap profesional dalam mencapai kesuksesan usaha.

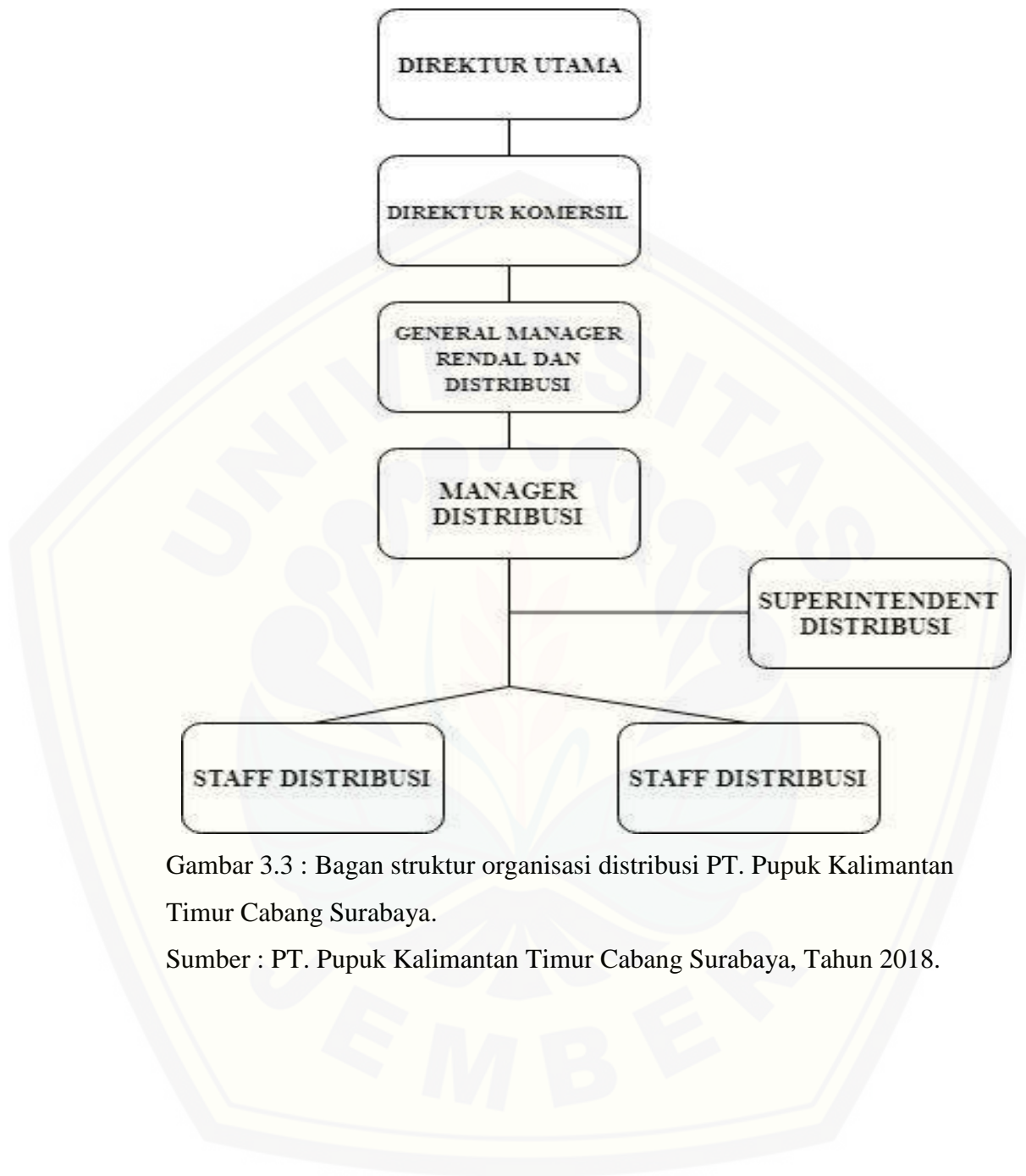
Warna Biru :

Melambangkan keluasaan wawasan Nusantara dan semangat integritas untuk membangun bersama serta kebijaksanaan dalam memanfaatkan sumber daya alam.

### 3.2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi dalam sebuah perusahaan memiliki peranan yang sangat penting karena dengan adanya struktur organisasi, maka secara sistematis dapat diketahui wewenang ,tanggung jawab dan pembagian tugas dari masing-masing karyawan dalam perusahaan. Dengan demikian diharapkan terjadi kerja sama yang baik antar karyawan dalam menjalankan tugasnya masing-masing sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI DISTRIBUSI PT. PUPUK  
KALIMANTAN TIMUR CABANG SURABAYA



Gambar 3.3 : Bagan struktur organisasi distribusi PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.

Sumber : PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya, Tahun 2018.

Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur digunakan tipe organisasi garis dan staf karena perusahaan yang besar, daerah kerjanya yang luas dan mempunyai bidang-bidang tugas yang beraneka ragam. Struktur organisasi distribusi yang ada di PT. Pupuk Kalimantan Timur.

### 3.2.1 Susunan Tingkat Dan Tugas Pokok Masing – Masing Bagian Distribusi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya :

#### A. Direktur Utama

1. Memimpin organisasi perusahaan dan bertanggung jawab atas kelancaran jalannya perusahaan.
2. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan, serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
3. Menetapkan strategi pencapaian visi dan misi perusahaan.

#### B. Direktur Komersil

1. Memimpin dibidang keuangan dan pemasaran produk yang dihasilkan perusahaan serta bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
2. Mengembangkan strategi, pencarian peluang baru bagi keberhasilan pengembangan perusahaan.
3. Melaksanakan pengukuran kinerja dan waktu.
4. Menetapkan laporan hasil pelaksanaan tugas dan memberikan saran pertimbangan kepada Direktur Utama sebagai bahan perumusan kebijakan.
5. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh perusahaan dengan tugas pokok dan fungsinya.

#### C. General Manager

1. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas perusahaan.
2. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
3. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan.
4. Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal.



5. Memastikan setiap sub bagian melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal.
6. Mengelola anggaran keuangan perusahaan.
7. Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan.
8. Membuat prosedur dan standar perusahaan.
9. Merencanakan dan mengeksekusi rencana startegis perusahaan untuk kemajuan perusahaan.
10. Menghadiri pertemuan, seminar, konferensi maupun pelatihan.

#### D. Manajer Distribusi

1. Mengurus sistem untuk mengawasi proses arus dari gudang.
2. Mengelola dan merencanakan sistem operasi khusus untuk perusahaan agar mampu mencapai tujuan bersama dengan memberi manfaat maksimal bagi organisasi dengan biaya operasi seminimal mungkin.
3. Mengelola proses pemindahan dari gudang atau penyimpanan barang di tempat yang strategis.

#### E. Superintendent Distribusi

1. Menjelaskan spesifikasi produk/gambar dan membagi pekerjaan kepada kepala gudang.
2. Membuat schedule pelaksanaan, target dan langkah-langkah pelaksanaan Pekerjaan lapangan untuk mandor yang selanjutnya akan diberikan kepada tukang.
3. Mengontrol pekerjaan yang dilakukan oleh kepala gudang agar hasil pekerjaan dapat tercapai sesuai standart yang telah ditentukan oleh perusahaan baik dalam hal kualitas pupuk dan target waktu.
4. Menghitung volume pekerjaan yang telah dilakukan oleh kepala gudang yang selanjutnya akan dilaporkan kepada bagian engineering.
5. Mengawasi dan mengontrol wilayah diantaranya : Banyuwangi , Situbondo , Bondowoso , Jember , Lumajang , Probolinggo , Malang , dst.

#### F. Staf Distribusi

1. Melakukan pengadaan dan pendistribusian pupuk.
2. Melakukan verifikasi administrasi terhadap ketersediaan stock pupuk digudang lini II / III produsen di seluruh Kabupaten / Kota di wilayahnya sekaligus mengatur mutasi stock pupuk agar pupuk tersedia sesuai kebutuhan.
3. Melakukan pencatatan pengadaan karung pupuk digudang agar cukup untuk kebutuhan pegantongan.
4. Melakukan koordinasi dengan kepala gudang guna kelancaran pemuatan di gudang asal dan pembongkaran di gudang tujuan demi kelancaran pendistribusian pupuk sampai ke lini IV.
5. Menyiapkan SIK (surat instruksi kerja) untuk pembongkaran pupuk dari kapal maupun TO (transfer order) dari gudang lini II ke lini III agar pelaksanaannya sesuai dengan rencana pendistribusian pupuk.
6. Mendistribusikan pupuk ke KP wilayah PSO 1 dan KP PSO 2 bila diperlukan karena Jawa Timur sebagai DC ( Distribusi Center).
7. Mengawasi pelaksanaan pembongkaran pupuk oleh mitra kerja di pelabuhan agar tepat jumlah untuk meminimalkan penyusutan dan kehilangan pupuk.
8. Merekonsiliasi laporan harian semua gudang antara stock riil gudang dengan stock fisik di program SAP – Web gudang agar selalu sama.

### 3.3 Jenis Produk dan Macam Pupuk pada PT. Pupuk Kalimantan Timur

#### 3.3.1 Urea



Gambar 3.4 : pupuk urea

Sumber : [www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)

Pupuk urea, disebut juga pupuk nitrogen (N), memiliki kandungan nitrogen 46%. Urea dibuat dari reaksi antara amoniak dengan karbon dioksida dalam suatu proses kimia menjadi urea padat dalam bentuk prill (ukuran 1-3 mm) atau granul (ukuran 2-4 mm) yang keduanya diproduksi oleh Pupuk Kaltim. Urea prill paling banyak digunakan untuk segmen tanaman pangan dan industri, sedangkan urea granul lebih cocok untuk segmen perkebunan, meskipun dapat juga untuk tanaman pangan. Pupuk Urea dipasarkan dan dijual dengan merek dagang Daun Buah dan Pupuk Indonesia. Khusus urea bersubsidi dengan merek Pupuk Indonesia, produk urea berwarna pink.

### 3.3.2 Urea Pupuk Indonesia

- a. Urea Pupuk Indonesia adalah merek yang digunakan khusus untuk pupuk Urea Bersubsidi, berwarna merah muda (pink) dan diperuntukkan ke tanaman pangan.
- b. Urea Granul Daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Granul Non Subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna putih dengan ukuran butiran 2 – 4,75 mm.
- c. Urea Prill Daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Prill Non Subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna putih dengan ukuran butiran 1 – 3,35 mm.

### 3.3.3 Amoniak

Amoniak digunakan sebagai bahan mentah dalam industri kimia. Amoniak produksi Pupuk Kaltim dipasarkan dalam bentuk cair pada suhu -33 derajat Celsius dengan kemurnian minimal 99,5% dan campuran (impurity) berupa air maksimal 0,5%. Amoniak dibuat dari bahan baku gas bumi yang direaksikan dengan udara dan uap air yang diproses pada suhu dan tekanan tinggi secara bertahap melalui beberapa reaktor yang mengandung katalis.

### 3.3.4 NPK

Produk pupuk majemuk NPK dari Pupuk Kaltim terdiri dari dua jenis, yaitu NPK Simple blending dan NPK Fusion. NPK produk Pupuk Kaltim bisa dibuat dalam berbagai komposisi, sesuai kebutuhan tanaman dan jenis tanah. Jenis pupuk ini mengandung tiga unsur hara makro yang sangat dibutuhkan oleh tanaman. Semua bahan baku NPK berupa unsur N (nitrogen), P (fosfat) dan K (kalium) berkualitas tinggi. Pupuk NPK dipasarkan dan dijual dengan merek dagang Pelangi Maxi, Pelangi Unggul, Pelangi Super, dan Pelangi Prima.

#### 1. Phonska Pupuk Indonesia

Phonska Pupuk Indonesia adalah merek yang digunakan untuk produk pupuk majemuk NPK (Compound) Bersubsidi, komposisi hara 15-15-15, berwarna merah muda dan diperuntukkan ke tanaman pangan.

## 2. NPK Pelangi

NPK Pelangi adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (Blending) Non Subsidi, tampilan pupuk berwarna-warni, diproduksi oleh Pupuk Kaltim dalam beberapa jenis komposisi unsur hara.

## 3. NPK Pelangi Agro

NPK Pelangi Agro adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (Compound), tampilan pupuk berwarna coklat.

### 3.4 Pupuk Bersubsidi

#### 3.4.1 Pengertian Pupuk Bersubsidi

Menurut peraturan Menteri Perdagangan RI NOMOR 15/M-DAG/PER/4/2013 tentang pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi untuk sektor pertanian pupuk kalimantan timur bertanggung jawab akan 2/3 wilayah indonesia. maka pupuk kalimantan timur membuka *Public Service Obligation* (PSO) yang berfungsi sebagai pelaksanaan dalam kegiatan pendistribusian pupuk bersubsidi. Dengan adanya peraturan diatas pupuk bersubsidi memiliki perhatian khusus dari pemerintah dalam pengadaan dan penyalurannya kepada petani dan ditataniagakan dengan Harga Eceran Tertinggi (HET) yang telah ditetapkan ditingkat pengecer resmi atau kelompok tani yang dilaksanakan atas program pemerintah sektor pertanian.

#### 3.4.2 Tujuan Pupuk Bersubsidi

Tujuan kebijakan pemberian pupuk bersubsidi ini adalah untuk membantu meringankan beban petani dalam penyediaan dan penggunaan pupuk untuk kegiatan usaha taninya sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan produksi komoditas pertanian untuk mendukung ketahanan pangan nasional.

#### 3.4.3 Manfaat Pupuk Bersubsidi

Manfaat pemberian pupuk bersubsidi ini adalah para petani mendapatkan pupuk dengan harga yang terjangkau dengan harga yang tidak melebihi Harga Eceran Tertinggi (HET) sehingga kebutuhan petani dapat terpenuhi sesuai kebutuhan.

## BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang telah dilaksanakan pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan:

### 5.1 Pupuk Urea Bersubsidi

Pupuk urea bersubsidi adalah pupuk yang berada dalam pengawasan pada saat penyaluran dan pengadaannya oleh Pemerintah. Pendistribusian pupuk urea bersubsidi memiliki tujuan yaitu untuk memenuhi dalam hal penugasan Pemerintah kepada PT. Pupuk Indonesia (Persero) untuk memenuhi suplai pupuk urea bersubsidi di dalam negeri. Agar pendistribusian pupuk dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran maka, dapat ditetapkan yaitu dengan adanya penyaluran pupuk menggunakan Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK). PT Pupuk Kalimantan Timur memproduksi dan mendistribusikan pupuk bersubsidi berdasarkan prinsip 6 (Enam) Tepat, yaitu Tepat Jenis, Tepat Jumlah, Tepat Harga, Tepat Tempat, Tepat Waktu, dan Tepat Mutu. Distribusi pupuk urea bersubsidi melalui beberapa tahapan mulai dari Bontang hingga ke petani, alat transportasi yang digunakan untuk mendistribusikan pupuk adalah dengan menggunakan kapal laut dan truk. Dari pabrik bontang pupuk berupa curah hingga dikirim ke gudang Lini II untuk melalui proses pengantongan terlebih dahulu sebelum pada akhirnya dikirim ke gudang Lini III melalui ekspediter hingga ke Distributor dan menyalurkan ke kios hingga petani.

### 5.2 Kegiatan Penulis pada Praktek Kerja Nyata

1. Melakukan verifikasi data distribusi.
2. Melakukan *stockopname* persediaan pupuk urea bersubsidi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim, Visi Misi. PT. Pupuk Kalimantan Timur, [www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)  
diunduh tanggal 24 Maret 2018
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Kelima Jakarta : Erlangga
- R.David, Fred dan R.David, Forest. 2016. *Manajemen Strategik*. Edisi Kelima belas. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gegorius, Chandra. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

## Lampiran 1 : Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boko Kotak Pos 155 Jember 68121

Telp. (0331) 332990 – Fax. (0331) 332150

Email : feb@unej.ac.id

Nomor : 8921/UN.25.1.4/PM/2017

08 Desember 2017

Lampiran : Satu Bendel

Hal : Permohonan Tempat PKN

Yth. Pimpinan PT. Pupuk Kaltim  
Jl. Gembeng Kali No. 55-57  
Surabaya

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma-III Ekonomi dan Bisnis para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

Sehubungan dengan hal tersebut kami berharap kesediaan Institusi yang Saudara pimpin untuk menjadi obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Arini Hidayati	150803101001	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Damara Ariyanti	150803101049	D3 Manajemen Perusahaan
3.	Miltha Febya Purnama	150803101080	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : 08 Januari 2018 - 23 Februari 2018

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan I,



NIP. 19640325 198902 1 001

Tembusan kepada Yth :

1. Yang bersangkutan;
2. Asip



Lampiran 2 : Daftar hadir Praktek Kerja Nyata Halaman 1



**DAFTAR ABSENSI KEHADIRAN PESERTA KERJA PRAKTEK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN PERUSAHAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JEMBER  
2018**



No.	Hari/Tanggal	Jam Masuk	Jam Keluar	Pasal Peserta	Keterangan
1	Senin, 8 Jan 2018	07.35	17.20	12002	
2	Selasa, 9 Jan 2018	07.45	17.15	12001	
3	Rabu, 10 Jan 2018	07.25	15.30	12001	
4	Kamis, 11 Jan 2018	08.00	17.30	12001	
5	Jumat, 12 Jan 2018	08.05	17.14	12001	
6	Sabtu, 13 Jan 2018	07.40	18.00	12001	
7	Minggu, 14 Jan 2018	07.40	17.15	12001	
8	Senin, 15 Jan 2018	07.45	17.30	12001	
9	Tuesday, 16 Jan 2018	07.50	17.30	12001	
10	Wednesday, 17 Jan 2018	08.15	17.40	12001	
11	Thursday, 18 Jan 2018	08.05	17.05	12001	
12	Friday, 19 Jan 2018	07.40	18.20	12001	
13	Saturday, 20 Jan 2018	08.00	18.00	12001	
14	Sunday, 21 Jan 2018	07.50	18.00	12001	
15	Monday, 22 Jan 2018	07.50	18.00	12001	

Mengertahi



Gantol Bult  
Dosen Pembimbing Praktek Kerja Nyata

Lampiran 3 : Daftar Hadir Praktek Kerja Nyata Halaman 2



**DAFTAR ABSENSI KEHADIRAN PESERTA KERJA PRAKTEK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN PERUSAHAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JEMBER  
2018**



No.	Nama Peserta	Daftar Hadir	Jam Masuk	Jam Keluar	Signif. Penanda	Keterangan
1	Soni, Dg, Tika 2018		08.00	17.00	100%	
2	Salsabeha, Yv, Yvni 2018		08.00	17.00	100%	
3	Rahmi, N, Yvni 2018		07.40	17.00	100%	
4	Lurinda, L, Yvni 2018		08.05	17.00	100%	
5	Yvni, Yvni, Yvni 2018		08.10	17.00	100%	
6	Suzana, G, Yvni 2018		07.10	17.00	100%	
7	Yvni, Yvni, Yvni 2018		07.00	17.15	100%	
8	Kasim, Yvni, Yvni 2018		07.00	17.15	100%	
9	Yvni, Yvni, Yvni 2018		07.40	17.00	100%	
10	Yvni, Yvni, Yvni 2018		08.00	17.00	100%	
11	Suzana, G, Yvni 2018		08.00	17.00	100%	
12	Suzana, G, Yvni 2018		08.08	17.00	100%	
13	Yvni, Yvni, Yvni 2018		07.45	17.40	100%	
14	Yvni, Yvni, Yvni 2018		08.00	17.00	100%	
15	Yvni, Yvni, Yvni 2018		08.00	17.00	100%	

Dr. Yvni, Yvni, Yvni  
Mendagri

Satrio Budi, Y  
Dosen Bili FT Pupuk Kaltim

Lampiran 4 : Daftar Hadir Praktek Kerja Nyata Halaman 3



**DAFTAR ABSENSI KEHADIRAN PESERTA KERJA PRAKTEK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN PERUSAHAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JEMBER  
2018**



No	Nama Peserta	Hari/Tanggal	Jam Masuk	Jam Keluar	Paraf Peserta	Ketua/Kepala
1						
2		Senin, 20/06/2018	08:00	17:00	[Signature]	
3		Senin, 21/06/2018	08:00	17:30	[Signature]	
4		Senin, 22/06/2018	08:00	17:30	[Signature]	
5		Senin, 23/06/2018	08:00	17:30	[Signature]	
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

Mengantar



Rully Kristina  
Gatot Rudi P  
Distribusi PT Pupuk Kaltim

Lampiran 5 : Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto  
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337980 – Fac. (0331) 332190  
Jember 68121

---

Nomor : 0331/UN25.1.4/KR/2018  
Lampiran : 1 (satu) lembar  
Perihal : *Permohonan Nilai PKN*

Yth. Pimpinan  
PT. PUPUK KALTIM SURABAYA,  
6 –  
Jember


Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember pada institusi Saudara, maka dengan hormat kami mohon penilaian terhadap mahasiswa PKN tersebut sebagaimana form penilaian terlampir. Hasil penilaian tersebut mohon dikirim kembali ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.



Sur., M.Si  
NIP 196403251989021001

Lampiran 6 : Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bani Tegai Boto  
 Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150  
 Jember 68121

---

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**


NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	85	Sangat Baik
2.	Ketertiban	83	Sangat Baik
3.	Prestasi Kerja	80	Sangat Baik
4.	Kesopanan	82	— " —
5.	Tanggung Jawab	80	— " —

**IDENTITAS MAHASISWA :**

Nama : Damara Ariyanti  
 NIM : 150003101049  
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

**IDENTITAS PEMBERI NILAI :**

Nama : ESTUT BUDI PRASETYA  
 Jabatan : Staf Distrik Istimewa Wilayah I  
 Institusi : PT. PUPUK KALTIM SURABAYA

Tanda Tangan dan Stempel Lembaga : 

**PEDOMAN PENILAIAN**

NO	ANGKA	KRITERIA
1.	≥ 80	Sangat Baik
2.	70 – 79	Baik
3.	60 – 69	Cukup Baik
4.	50 – 59	Kurang Baik

## Lampiran 7 : Surat Balasan Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



**KANTOR PUSAT DAN PUSAT PRODUKSI**  
 E. Jember Surabaya No. 1 Komplek Utara Kalimantan Timur 75113 Indonesia  
 (Surabaya) : (0548) 41202, 41203  
 Jakarta : (021) 3403344, 3403345  
 Fax. : (0548) 41518, 41519, 021-3403444 Website : www.pupuk Kaltim.com  
**DEPARTEMEN PENDIDIKAN WILAYAH III**  
 Jalan Gending Kal No. 55 - 57 Surabaya 60275  
 Telepon Kantor : 031 - 5341823 (Hunting) Facsimile : 031 - 5350269, 5352529  
 e-mail : jupa@pupuk Kaltim.com

Nomor : 06/D42120.1/2018 Surabaya, 18 Januari 2018  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Persetujuan Ijin Praktek Kerja Nyata ( PKN )**

Kepada Yth:  
 Universitas Jember  
 Program Diploma III  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Jl. Kalimantan 37-Kampus Bumi Tegal Boto  
 Di: Jember 68121

Dengan hormat

Menjawab surat no. 8921/UN.25.L4/PM/2017 perihal Permohonan Izin Praktek Kerja Nyata ( PKN ), kami selaku pihak PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya menyatakan bahwa mengizinkan mahasiswa dari Universitas Jember Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata ( PKN ) di Perusahaan kami.

Adapun Mahasiswa yang akan melakukan PKN ( Praktek Kerja Nyata) sebagai berikut:

NO.	NAMA	NIM
1	Arini Hidayati	150803101001
2	Damara Ariyanti	150803101049
3	Mikha Febya Purnama	150803101080

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ( PKN ) pada tanggal 08 Januari sampai dengan 23 Februari 2018.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

PT. Pupuk Kalimantan Timur



**Joko Sugihartono**  
 Staff Umum

Cc:  
 -File

## Lampiran 8 : Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata


**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Buso Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150  
 Email: info@unej.ac.id

**PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)**

Menerangkan bahwa:

Nama : Damara Ariyanti  
 NIM : 150803101049  
 Fakultas : Ekonomi  
 Jurusan : Manajemen  
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul:  
**STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA PADA PT. PUPUK KALTIM SURUHAYA**  
 (Revisi)  
 STRATEGI DISTRIBUSI PUPUK UREA BERBASIS DATA PADA PT. PUPUK KALTIM SURUHAYA

Dosen pembimbing:

Nama	NIP	Tanda Tangan
Des. Sadaryanto, MBA, Ph.D.	19660408 199103 1 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 01 Februari 2018 s.d 02 Juli 2018. Apabila sampai batas waktu yang telah ditentukan masih belum selesai, maka dapat mengajukan perpanjangan selama 2 bulan, dan apabila masih juga belum bisa menyelesaikan, maka harus melakukan Praktek Kerja Nyata kembali.

Jember, 01 Februari 2018  
 Kaprodi. Manajemen Perusahaan  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ  
  
 Dr. Sadaryanto, MBA, Ph.D.  
 NIP. 19660408 199103 1 001


**CATATAN :**

1. Peserta PKN diharuskan segera menghadap Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk;
2. Setelah disetujui (ditandatangani), di fotokopi sebanyak 3 (tiga) lembar untuk :
  - 1) Ketua Program Studi;
  - 2) Dosen Pembimbing;
  - 3) Pejabat administrasi program studi Diploma III (SD)
3. (\*) coref yang tidak sesuai





Lampiran 10 : Kartu Konsultasi Halaman 2

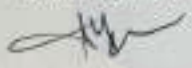


**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telp. (0331) 337990 - Fax. (0331) 332150  
 Email: fcb@jember.ac.id

23.		23.	_____
24.		24.	_____
25.		25.	_____
26.		26.	_____
27.		27.	_____
28.		28.	_____
29.		29.	_____
30.		30.	_____
31.		31.	_____
32.		32.	_____
33.		33.	_____
34.		34.	_____
35.		35.	_____

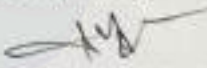
Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ybs. disetujui untuk diujikan:

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Dr. Sudaryanto, MBA, Ph.D.  
NIP. 19660408 199103 1 001.

Jember, 21 Maret 2008  
Dosen Pembimbing



Dr. Sudaryanto, MBA, Ph.D.  
NIP. 19660408 199103 1 001