



**PROSEDUR PENDISTRIBUSIAN ASPAL PADA PETROCHEMICAL  
PT. PERTAMINA (PERSERO) MOR V SURABAYA**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya  
Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

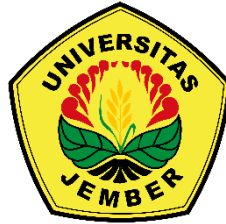
**Disusun Oleh :**

**Merilia Ratri Dayinta**

**NIM. 170803101002**

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

**2020**



**THE ASPHALT DISTRIBUTION PROCEDURE OF PETROCHEMICAL  
PT. PERTAMINA (PERSERO) MOR V SURABAYA**

**THE REAL WORKING PRACTICE REPORT**

Lent as one condition to get Ahli Madya tittle  
Study Program Diploma III Management of Company  
Business and Economic Faculty University of Jember

By :

**Merilia Ratri Dayinta**

**NIM. 170803101002**

**STUDY PROGRAM DIPLOMA III MANAGEMENT COMPANY  
FACULTY BUSINESS AND ECONOMIC  
UNIVERSITY JEMBER**

**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PRAKTEK KERJA NYATA**

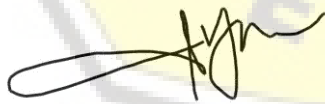
Nama : Merilia Ratri Dayinta  
NIM : 170803101002  
Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Laporan : Prosedur Pendistribusian Aspal Pada Petrochemical PT.  
Pertamina (persero) MOR V Surabaya

---

Jember, 15 Mei 2020

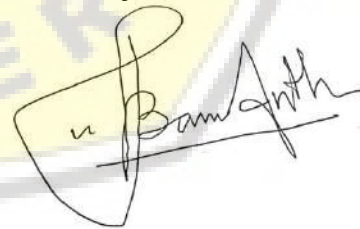
Mengetahui,

Koordinator Program Studi  
DIII Manajemen Perusahaan



**Drs. Sudaryanto, M.B.A., Ph.D.**  
NIP. 196604081991031001

Laporan Praktek Kerja Nyata  
Telah Disetujui Dosen Pembimbing



**Drs. Eka Bambang Gusminto, M.M.**  
NIP. 196702191992031001

**LEMBAR PENGESAHAN  
PRAKTEK KERJA NYATA**

**PROSEDUR PENDISTRIBUSIAN ASPAL PADA PETROCHEMICAL  
PT. PERTAMINA (PERSERO) MOR V SURABAYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Merilia Ratri Dayinta

NIM : 170803101002

Program Studi : Manajemen Perusahaan

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

**18 Juni 2020**

dan dinyatakan telah memenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

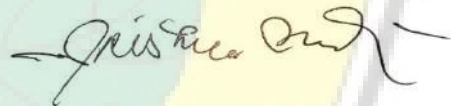
Susunan Tim Penguji

Ketua



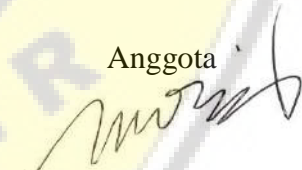
**Drs. Budi Nurhardjo, M.Si.**  
**NIP. 195703101984031003**

Sekretaris



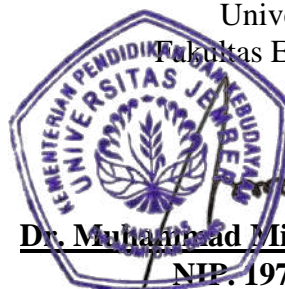
**Drs. Nyoman Gede Krishnabudi, M.Agb.**  
**NIP. 196304021988021001**

Anggota



**Drs. Sampeadi, M.S.**  
**NIP. 195604041985031002**

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan,



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

**PERSEMBAHAN**

*“kupersembahkan kepada Ayah-bundaku tercinta dan kakak-kakakku yang selalu mendukungku dalam keadaan apapun”*



**MOTTO**

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya  
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

(QS. Al Insyirah : 5-6)



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata.

Laporan ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya bagi penyelesaian Praktek Kerja Nyata jurusan DIII Manajemen Perusahaan (Universitas Jember). Dan juga sebagai sarana pembelajaran dan pendalaman untuk menyesuaikan ilmu pengetahuan teoritis yang diterima diperguruan dengan pengetahuan nyata di dunia kerja.

Penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini dibantu oleh berbagai pihak yang bersangkutan, oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Drs. Sudaryanto, M.B.A. Ph.D. selaku Koordinator Jurusan Program Studi DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Drs. Eka Bambang Gusminto, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dan selalu memberikan dukungan dalam menyusun Laporan Praktek Kerja Nyata.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
5. Pimpinan dan seluruh karyawan Divisi Petrochemical PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.
6. Ayah-bundaku tercinta dan kakak-kakakku yang selalu mendukungku dalam keadaan apapun.
7. Revaldy yang selalu mendukungku dan mengajarkanku banyak hal.
8. Teman – teman seperjuangan MP 17 tetap semangat.

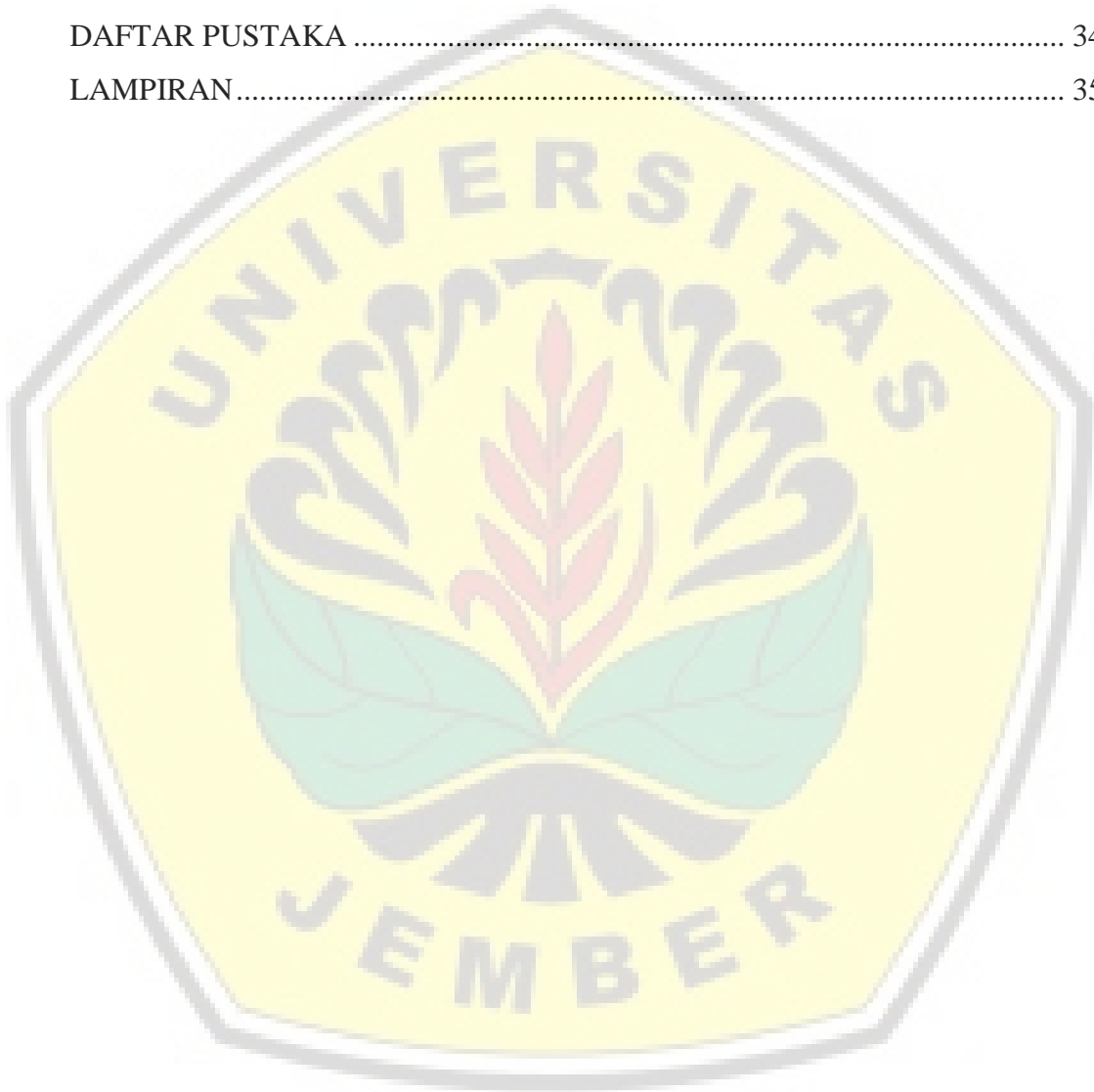
Jember, 19 Juni 2020  
Penulis

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Alasan Pemilihan Judul .....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata .....	2
1.3 Obyek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	2
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
2.1 Pemasaran.....	4
2.2 Tujuan Pemasaran .....	4
2.3 Bauran Pemasaran .....	4
2.4 Saluran Distribusi .....	9
2.5 Jenis-jenis Saluran Distribusi Pemasaran Konsumen dan Industri .....	13
<b>BAB III. GAMBARAN UMUM OBYEK PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>15</b>
3.1 Profil Perusahaan.....	15
3.2 Struktur Organisasi.....	17
3.3 Produk PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya .....	21
3.4 Visi, Misi, Motto dan Tata Nilai Perusahaan .....	22
<b>BAB IV. HASIL PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA .....</b>	<b>24</b>
4.1 Aspal PT. Pertamina (persero) .....	24
4.2 Saluran Distribusi Aspal PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.....	25

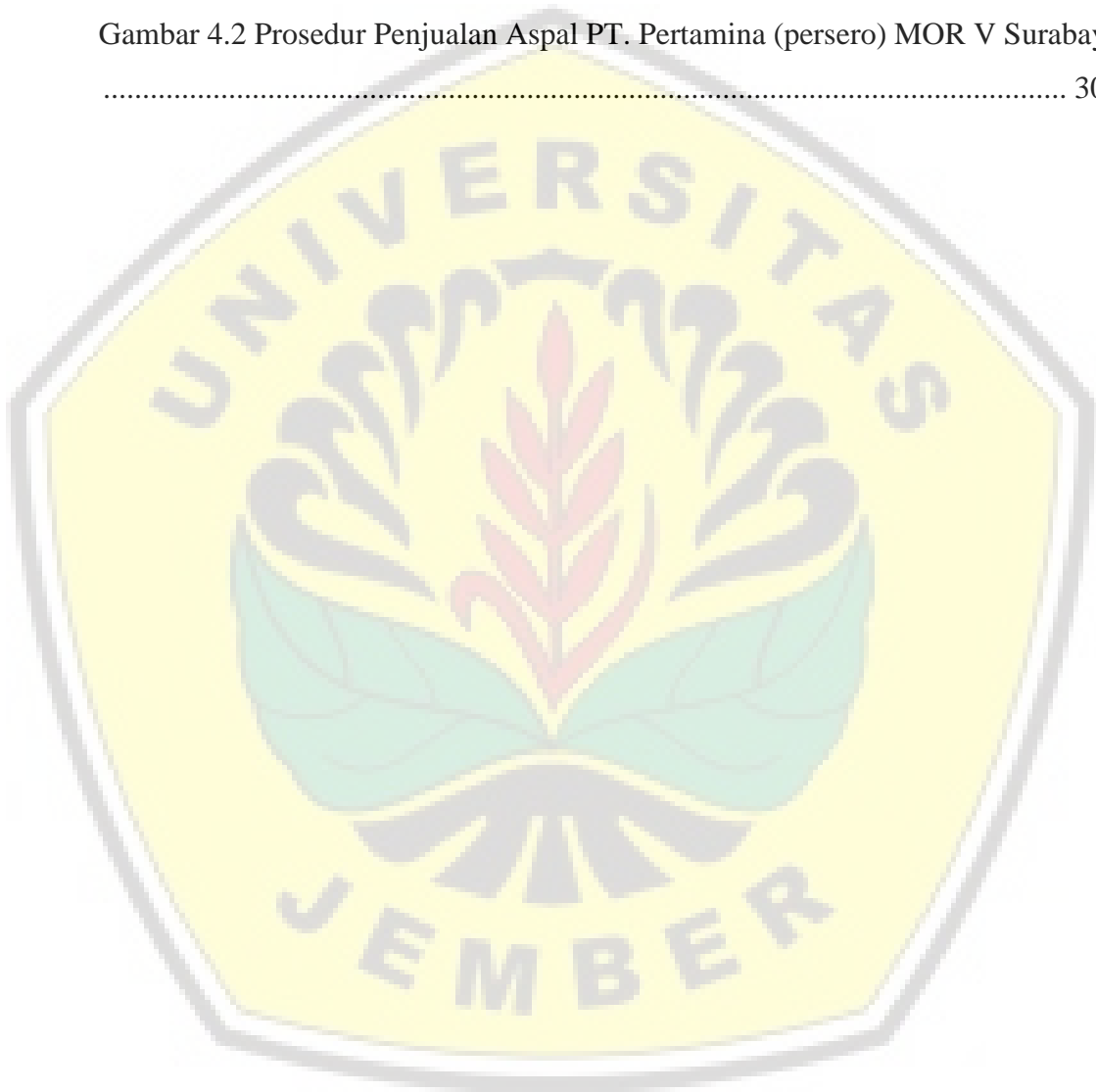


4.3 Sistem Penjualan Aspal Pada PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya .	27
4.4 Sistem Penyerahan Aspal Kepada Konsumen.....	31
4.5 Identifikasi Masalah dan Solusi .....	31
BAB V. KESIMPULAN.....	33
5.1 Kesimpulan.....	33
DAFTAR PUSTAKA .....	34
LAMPIRAN.....	35



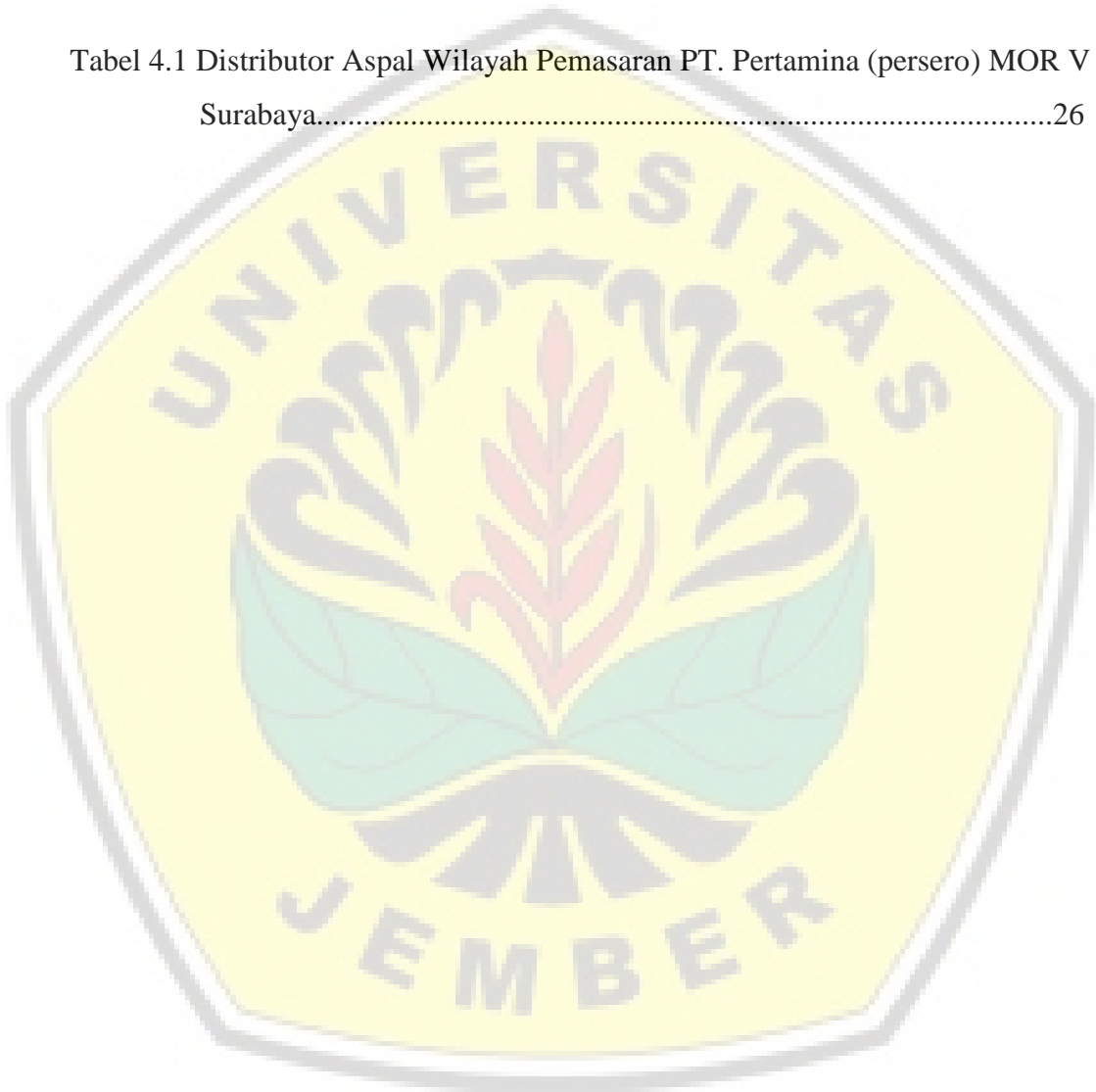
**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Saluran Pemasaran Konsumen .....13  
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Fungsi Petrochemical.....24  
Gambar 4.1 Saluran Distribusi PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya ..... 25  
Gambar 4.2 Prosedur Penjualan Aspal PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya  
..... 30



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata pada PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.....	2
Tabel 1.2 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	3
Tabel 4.1 Distributor Aspal Wilayah Pemasaran PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.....	26



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Delivery Order.....	35
Lampiran 2 : Surat Jalan.....	35
Lampiran 3 : Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata.....	36
Lampiran 4 : Surat Balasan Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata.....	38
Lampiran 5 : Absensi Praktek Kerja Nyata.....	39
Lampiran 6 : Laporan Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	41
Lampiran 7 : Form Presentasi Hasil Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	44
Lampiran 8 : Daftar Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata.....	45
Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Nyata.....	46
Lampiran 10 : Surat Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata....	47



## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Alasan Pemilihan Judul

Menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko (2000: 4) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran yaitu PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya yang merupakan salah satu unit operasi PT. Pertamina (persero). Banyak produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut salah satunya yaitu produk Aspal untuk memenuhi kebutuhan Aspal dalam berbagai proyek infrastruktur demi pembangunan Indonesia yang lebih baik. Hal tersebut membuat saya tertarik untuk mengetahui kegiatan pendistribusian yang dilakukan oleh PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya terhadap produk Aspal. Saya ingin praktek secara langsung mengenai kegiatan pendistribusian yang dilakukan oleh PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya terhadap produk Aspal, setelah sebelumnya saya hanya mempelajari kegiatan pendistribusian pada proses perkuliahan.

## 1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

### 1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Untuk mengetahui dan memahami secara langsung mengenai kegiatan pendistribusian Aspal di wilayah kerja PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.
- b. Untuk membantu pelaksanaan kegiatan pendistribusian Aspal pada PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.

### 1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

Memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman praktis/kerja tentang pelaksanaan kegiatan pendistribusian pada obyek Praktek Kerja Nyata

## 1.3 Obyek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

### 1.3.1 Obyek Praktek Kerja Nyata

Obyek Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya yang beralamat lengkap di Jl. Jagir Wonokromo No 88, Surabaya. Jawa Timur.

### 1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya pada 1 Februari 2020 – 31 Maret 2020. Dengan jam kerja sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata pada PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.

No.	Hari	Pukul
1.	Senin – Kamis	07.00 – 15.30 WIB
2.	Jum'at	07.00 – 15.00 WIB
3.	Sabtu- minggu	Libur
4.	Jam Istirahat	11.30 – 13.00 WIB

Sumber: PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya. Tahun 2020

Keterangan :

Jadwal tersebut disesuaikan dengan jam kerja karyawan PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.

## 1.3.3 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Tabel 1.2 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata

No	Alokasi kegiatan Praktek Kerja Nyata	Minggu ke-									Jumlah Jam
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Pengenalan dengan karyawan PT. PERTAMINA (persero) MOR V Surabaya										35 jam
2.	Pengenalan Produk Aspal										35 jam
3.	Mengolah Data Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional VII dalam bentuk excel										35 jam
4.	Menghitung Kebutuhan Aspal Hotmix Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional VII										35 jam
5.	Merekap data penjualan Aspal										35 jam
6.	Pengenalan Produk SBP-XX dan LAWS										35 jam
7.	Menganalisis Produk-produk Petrochemical										35 jam
8.	Membuat Market Share Produk SBP-XX dan LAWS										35 jam
9.	Mendata nota pengeluaran dana konsumsi divisi Petrochemical										35 jam
10.	pemasaran produk Petrochemical										35 jam
11.	Menyusun Laporan Praktek Kerja Nyata										35 jam

Sumber : PT.Pertamina (persero) MOR V Surabaya. Tahun 2020

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pemasaran

#### 2.1.1 Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko (2000: 4) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2000: 19) : “adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba.

### 2.2 Tujuan Pemasaran

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

### 2.3 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (2000:18) bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dipergunakan oleh suatu



perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Variabel yang terdapat didalamnya adalah produk, harga, distribusi, dan promosi. Keempat elemen ini sangat menentukan arah dari strategi pemasaran perusahaan. Strategi tersebut merupakan rencana jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan personalia pemasaran. Berikut ini dijelaskan variable-variable yang sering disebut dengan istilah 4P (*product, price, promotion, place*) yaitu :

## 1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk di dalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide ataupun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan.

Menurut Tjiptono (1999: 95) secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Menurut kotler (2002: 451) produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu :

a) Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam 2 kelompok utama :

- 1) Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang , disimpan, dipindahkan dan perlakuan fisik lainnya.
- 2) Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain)

b) Berdasarkan tujuan konsumsi

Dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu :

- 1) Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut.

- 2) Barang industri merupakan suatu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu.

## 2. Harga

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion*. Menurut Samsul Ramli (2013:51) Harga disebutkan sebagai nilai retail dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk dan jasa. Sedangkan menurut Buchari Alma (2013:169) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.

## 3. Bauran Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 116), “bauran promosi merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan”. Definisi lima sarana promosi utama (Kotler dan Amstrong, 2008: 117) adalah sebagai berikut:

- a) Periklanan (*advertising*): Semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu.
- b) Promosi penjualan (*sales promotion*): Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.
- c) Hubungan masyarakat (*public relation*): Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.
- d) Penjualan personal (*personal selling*): Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.

e) Pemasaran langsung (*direct marketing*): Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

#### 4. Distribusi (Place)

Menurut Kotler dan Keller (2012:363) Distribusi merupakan sekelompok organisasi yang saling bergantung satu sama lain yang di libatkan dalam proses penyediaan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah seperangkat organisasi yang saling bergantung dan bekerja sama dalam menyalurkan produk atau jasa sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi. Tempat atau saluran distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

Menurut Anggiani (2018:153) dalam bukunya, Jenis barang yang didistribusikan berbeda-beda. Untuk pencapaian pendistribusian efektif, wirausaha dapat memilih macam-macam distribusi sebagai berikut :

##### a. Distribusi Langsung

Yang dimaksud dengan distribusi langsung adalah suatu penyampaian barang ke tangan konsumen akhir yang membutuhkannya yang dilakukan sendiri (secara menyeluruh) oleh wirausaha penghasil barang tersebut, tanpa melalui pihak lain sebagai perantara. Produsen yang memakai cara distribusi seperti ini mungkin dilatarbelakangi oleh beberapa alasan seperti:

- 1) Didorong oleh sifat barang yang dihasilkan, umpamanya barang yang bersifat mudah rusak dan tidak tahan lama. Seperti makanan segar (bukan yang diawetkan)
- 2) Didorong oleh keinginan untuk secara dekat dengan konsumen akhir sehingga selalu mengetahui apa yang diinginkan mereka secara langsung, terperinci dan secepat mungkin.

- 3) Didorong keinginan untuk mempengaruhi pasar. Menjual produk baru, mungkin tidak terlalu mudah bila dibandingkan dengan menjual produk yang sudah dikenal pasar.

## b. Distribusi tidak langsung.

Dalam saluran distribusi tidak langsung, wirausaha menyalurkan produknya melalui perantara yang kemudian disalurkan kepada konsumen akhir. Perantara pemasaran ini sering disebut juga dengan pedagang besar dan pengecer. Setiap perusahaan yang menggunakan perantara pemasaran untuk produk eceran harus merencanakan cakupan pasar atau tingkatan distribusi produk diantara toko pengecer. Cakupan pasar dapat diklasifikasikan sebagai distribusi intensif, distribusi selektif dan distribusi eksklusif. (Yusuf Saleh 2019:184).

### 1) Distribusi intensif

Distribusi intensif digunakan untuk mendistribusikan produk ke hampir semua saluran sehingga dapat mencapai tingkatan cakupan pasar untuk semua tipe konsumen. Distribusi intensif ini efektif digunakan untuk barang-barang kebutuhan sehari-hari yang tidak memakan tempat dan tidak memerlukan keahlian tenaga penjual, seperti rokok, sabun mandi, dan sembako.

### 2) Distribusi selektif.

Distribusi selektif digunakan untuk mendistribusikan produk dengan selektif yaitu untuk suatu daerah pemasaran tertentu hanya dipilih beberapa pengecer atau beberapa toko saja. Distribusi selektif ini cocok untuk produk-produk shopping seperti komputer, barang-barang elektronik dan buku-buku text.

### 3) Distribusi eksklusif

Distribusi eksklusif digunakan untuk memasarkan produk-produk spesial melalui sitem distribusi eksklusif. Perusahaan hanya menggunakan satu atau beberapa toko untuk suatu daerah pemasaran tertentu. Distribusi eksklusif ini dipakai produsen penghasil barang-barang yang relatif mahal/berat.

## 2.4 Saluran Distribusi

Menurut Philip Kotler (1997: 140) mengemukakan bahwa : “Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi “.

### 2.4.1 Fungsi Saluran Distribusi

Dalam pelaksanaan operasional pendistribusian, produsen memiliki mitra dalam hal pendistribusian yang dikenal sebagai distributor. Ada 3 fungsi yang dilakukan oleh mitra/distributor (Swastha, 1999).

#### a) Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran ini memerlukan adanya kegiatan transaksi antara dua pihak atau lebih, baik kegiatan transaksi yang dilakukan mitra/distributor dengan pihak pelanggan maupun produsen. Fungsi pertukaran tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1) Pembelian.

Merupakan usaha dalam memilih produk yang akan dibeli, baik barang/jasa untuk dijual kembali atau digunakan sendiri dengan harga dan kualitas tertentu. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembelian adalah kualitas produk, harga, dan jumlah yang paling ekonomis. Dalam pembelian, untuk mendapatkan harga yang baik maka perlu adanya negoisasi untuk mencapai kesepakatan harga, *term of payment*, dan syarat lain yang ditetapkan dalam proses tawar menawar.

##### 2) Penjualan

Penjualan yang dilakukan adalah sebagai alat pemasaran bagi produsen, yang merupakan salah satu dari *marketing mix* yaitu *place*. Adapun fungsi penjualan yang bertujuan untuk menjual produk barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan.

##### 3) Pengambilan Risiko

Risiko yang berkaitan dengan saluran distribusi produk dari perusahaan sampai pada konsumen akhir meliputi pemrosesan pesanan, tempat

penyimpanan persediaan, banyaknya persediaan yang disimpan, dan pengiriman pesanan kepada pelanggan, serta kredit tidak terbayar (Kotler, 2002). Misalnya banyak perusahaan mengalokasikan kredit tak tertagih kepada jalur distribusinya dalam rangka *spreading*. Langkah dalam meminimalisir risiko yang timbul dari adanya pendistribusian produk adalah kemampuan dalam menciptakan fungsi pertukaran melalui pengumpulan informasi mengenai pelanggan, penjual, kompetitor dan perubahan lingkungan pasar (Kotler, 2003)

## b) Fungsi Penyedia Fisik

### 1) Pengumpulan

Sebagai saluran distribusi, pihak mitra/distributor melakukan fungsi perantara dalam mengumpulkan produk atau jasa dari beberapa sumber penyedia (produsen). Fungsi pengumpulan produk ini untuk membantu dalam meningkatkan efisiensi penyaluran terutama barang-barang konsumsi.

### 2) Penyimpanan

Fungsi penyimpanan menciptakan nilai guna waktu karena adanya penyesuaian penawaran dengan permintaan. Sebelum barang-barang disalurkan kepada konsumen, biasanya disimpan terlebih dahulu. Dalam menjamin kesinambungan, keselamatan, dan keutuhan barang-barang, perlu adanya penyimpanan (pergudangan)

### 3) Pemilihan

Para mitra/distributor akan melakukan fungsi pemilihan produk atau jasa yang akan dipasarkan yang meliputi penggolongan, pemeriksaan, menentukan jenis barang yang dikonsumsi secara retail (eceran) maupun untuk barang industri, dan kualitas dalam hal penentuan harga maupun segmen pasar yang akan dituju.

### 4) Pengangkutan

Pengangkutan merupakan proses pemindahan produk atau jasa dari tempat produksi ke tempat pemakai akhir melakukan transaksi pembelian. Penggunaan sarana pengangkutan yang mempengaruhi harga



produk atau jasa, antara lain jenis pengangkutan, jarak perjalanan, lamanya perjalanan, dan kondisi barang. Biasanya operasi distribusi memilih model transportasi sebagai berikut :

- a) Biaya (*cost*) yang dibebankan untuk proses pemindahan produk dari asal ke tempat tujuan. Ada banyak pilihan yang digunakan untuk membiayai pemindahan barang, diantaranya : FOB (free on board) biaya pengangkutan ditanggung pembeli dari penjual ke tempat tujuan, FOB destination biaya pengangkutan ditanggung penjual sampai ke tempat tujuan pembeli, *zone pricing* pengenaan harga berdasarkan wilayah, *base point pricing* penetapan harga berdasarkan wilayah yang disepakati bersama dan selebihnya biaya pengangkutan ditanggung pembeli.
- b) Waktu transit barang dalam menjemput, menangani, dan memindahkannya hingga tujuan akhir.
- c) Keandalan waktu tiba barang sesuai jadwal yang ditetapkan.
- d) Kemampuan dalam menjangkau tempat pemindahan barang yang dilakuka oleh sarana pengangkutan.

c) Fungsi Penunjang

Fungsi penunjang memiliki peranan membantu pelaksanaan fungsi lainnya, diantaranya sebagai berikut :

1) Pelayanan Purnajual

Jaminan purnajual yang dilakukan ini bertujuan meningkatkan loyalitas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang dipakai. Ada berbagai metode yang dilakukan dalam pelayanan purnajual, yakni pelayanan *service*, kemudahann memperoleh produk atau jasa, *sales campaign* berbunga rendahm dan *customer relationship management*.

2) Pendanaan

Dalam melakukan kegiatan distribusi diperlukan sejumlah dana yang dikeluarkan berkaitan dengan permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya dari saluran distribusi. Hal yang perlu diperhatikan adalah dengan pembentukan biaya distribusi seperti fasilitas yang

disediakan untuk kegiatan operasional, persediaan produk atau jasa, pengangkutan, sarana komunikasi, administrasi, dan cara pengemasan pemasarannya (McDaniel dan Keegen, 1999)

### 3) Penyebaran Informasi

Proses penyebaran informasi memegang peranan penting dalam kegiatan distribusi untuk meningkatkan hubungan dan loyalitas dari pelanggan. Penyebaran informasi tersebut bisa meliputi perubahan harga, promosi, perubahan kemasan, *launching* produk baru, dan kondisi piutang pelanggan.

#### 2.4.2 Tipe Perantara

Perantara dalam kenyataannya juga melakukan beberapa macam fungsi pemasaran seperti penyimpanan, pengangkutan, penjualan, pembelian dan sebagainya. Fungsi pemasaran yang dilakukan perantara ternyata lebih efisien dibandingkan dengan fungsi pemasaran yang dilakukan produsen. Maka produsen yang bersangkutan biasanya memasukkan perantara ke dalam saluran distribusi yang dipilihnya. Pada dasarnya ada tiga jenis perantara menurut Sattar (2017:190) dalam bukunya yaitu :

##### a) Pedagang Besar (wholesaler)

Perantara yang secara nyata mempunyai barang dagangan dan melakukan fungsi pemasaran dimana barang yang didagangkan dalam jumlah volume penjualan yang besar sehingga pedagang besar ini biasanya hanya melayani pembelian dalam jumlah yang banyak atau dengan kata lain tidak melayani konsumen akhir yang membeli untuk memenuhi kebutuhan pribadinya (atau bersifat non-bisnis)

##### b) Pengecer (retailer)

Merupakan jenis perantara yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir baik konsumen untuk keperluan pribadi maupun konsumen industri. Jadi pengecer maupun pedagang sudah mempunyai hak milik terhadap barang yang dijualnya. Sehingga jika barang sudah sampai di pedagang besar atau pengecer maka saluran distribusi yang dipilih mereka bukan lagi urusan/tergantung pada produsen.



c) Agen

Mempunyai perbedaan dengan pedagang besar maupun pengecer. Hal ini diperlihatkan pada masalah hak kepemilikan barang yang dijualnya. Jika pedagang besar dan pengecer mempunyai hak milik pada barang yang dijual maka agen sebaliknya. Walaupun mereka dapat menjual dalam partai besar tetapi tetap hak miliknya masih berada di produsennya.

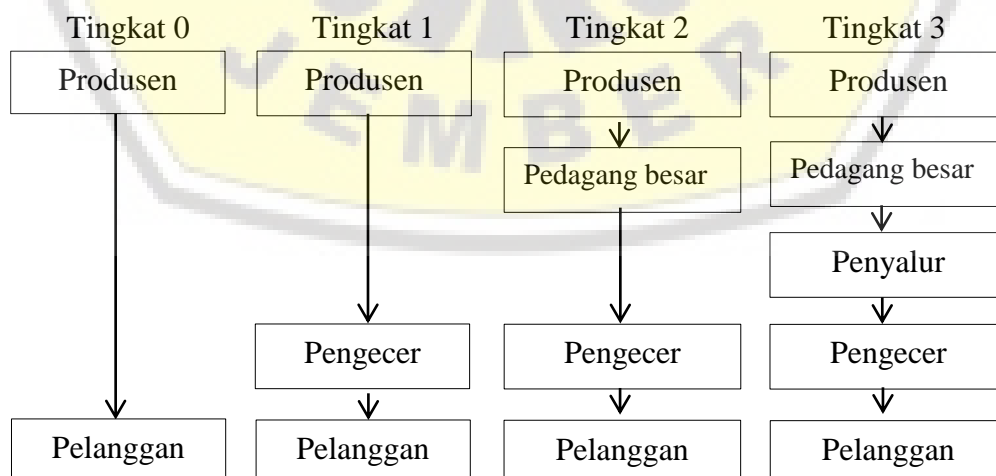
**2.5 Jenis-jenis Saluran Distribusi Pemasaran Konsumen dan Industri**

Dalam mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen perusahaan dapat menempuh distribusi secara langsung maupun secara tidak langsung melalui perantara. Banyak cara yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang kepada pembeli, sesuai dengan kebijakan saluran distribusi yang digunakan oleh masing-masing perusahaan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:113). Berikut saluran distribusi pemasaran konsumen dan industri :

a) Saluran Pemasaran Konsumen

Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas sehingga kemungkinan produsen tidak bisa mencapai konsumen. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada empat tingkat yang dapat digunakan.

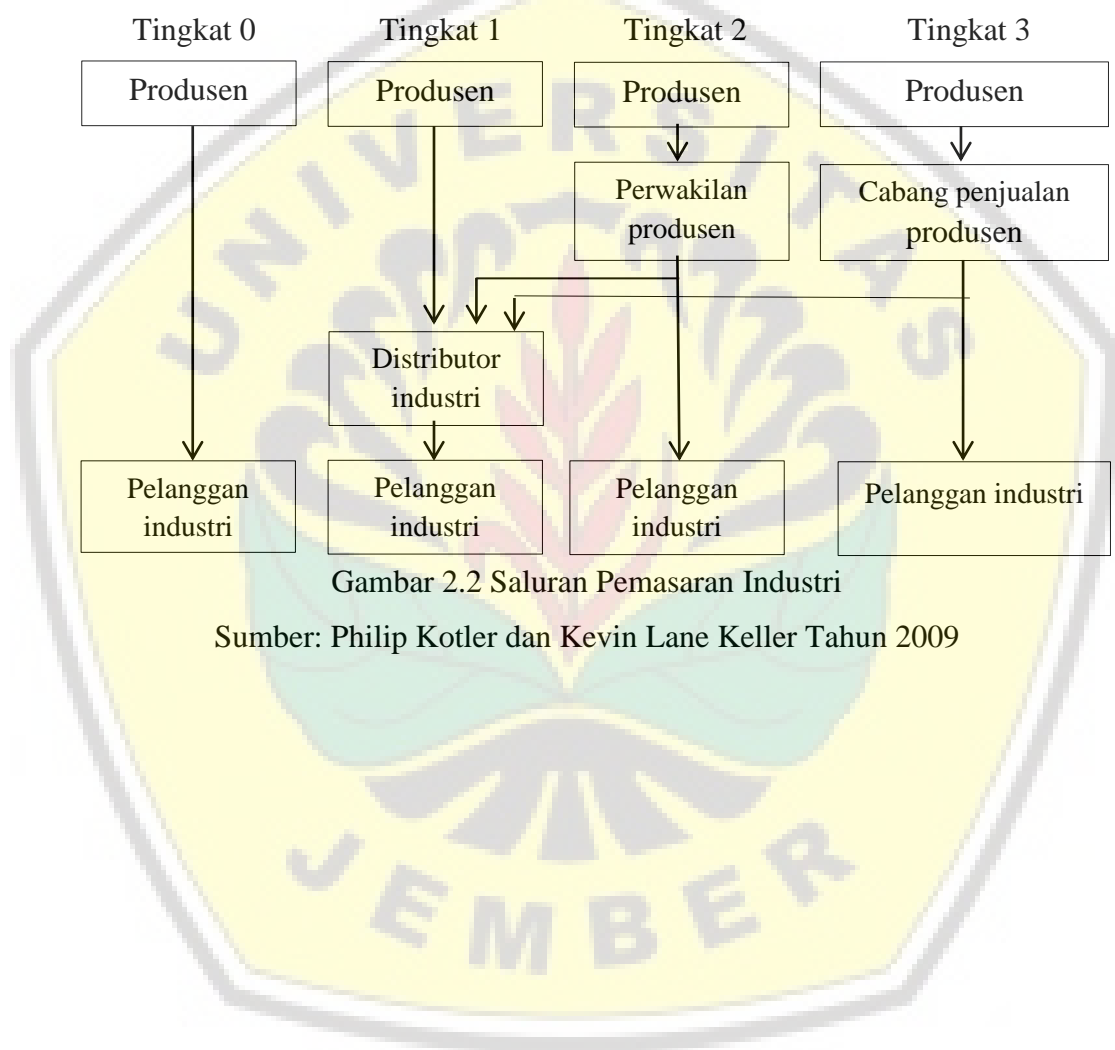


Gambar 2.1 Saluran Pemasaran Konsumen

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Tahun 2009

b) Saluran Pemasaran Industri

Karena karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumen, maka saluran distribusi yang dipakai juga berbeda. Saluran pemasaran industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi produsen untuk menggunakan kantor atau cabang penjualan. Ada empat tingkatan yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri.



Gambar 2.2 Saluran Pemasaran Industri

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Tahun 2009

## **BAB III. GAMBARAN UMUM OBYEK PRAKTEK KERJA NYATA**

### **3.1 Profil Perusahaan**

PT. Pertamina (Persero) merupakan perusahaan milik negara yang bergerak dibidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. PT. Pertamina (Persero) terbagi menjadi dua sektor, yaitu hulu dan hilir. Sektor hulu meliputi eksplorasi dan produksi minyak, gas, dan panas bumi. Sedangkan sektor hilir meliputi bisnis Pengolahan, Pemasaran & Niaga, serta bisnis LNG. Bisnis Pemasaran & Niaga mencakup aktivitas pendistribusian produk-produk hasil minyak dan petrokimia yang diproduksi oleh kilang PT. Pertamina (Persero) maupun yang diimpor, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun luar negeri, serta didukung oleh sarana distribusi dan transportasi melalui darat dan laut.

Di seluruh Indonesia, PT. Pertamina (Persero) memiliki delapan wilayah pemasaran atau sering disebut dengan Marketing Operation Region (MOR), yaitu:

1. PT. Pertamina (Persero) MOR I yang berada di Medan, Sumatra Utara. Meliputi wilayah pemasaran NAD, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Riau Daratan dan Riau Kepulauan.
2. PT. Pertamina (Persero) MOR II yang berada di Palembang, Sumatra Selatan. Meliputi wilayah pemasaran Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu dan Jambi.
3. PT. Pertamina (Persero) MOR III yang berada di Jakarta Pusat. Meliputi wilayah pemasaran DKI Jaya dan Jabar.
4. PT. Pertamina (Persero) MOR IV yang berada di Semarang, Jawa Tengah. Meliputi wilayah pemasaran Jawa Tengah, Yogyakarta dan Solo
5. PT. Pertamina (Persero) MOR V yang berada di Surabaya, Jawa Timur. Meliputi wilayah pemasaran Jawa Timur, Bali, NTB dan NTT.
6. PT. Pertamina (Persero) MOR VI yang berada di Balikpapan, Kalimantan Timur. Meliputi wilayah pemasaran Kalimantan.
7. PT. Pertamina (Persero) MOR VII yang berada di Makasar, Sulawesi. Meliputi wilayah pemasaran Sulawesi.

8. PT. Pertamina (Persero) MOR VIII yang berada di Jayapura, Meliputi wilayah pemasaran Irian Jaya dan Maluku.

PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya yang berlokasi di Jl. Jagir Wonokromo No. 88 Surabaya, Jawa Timur berdiri pada tahun 16 September 1995. Setelah berdirinya PT. Pertamina (Persero) MOR IV yang berada di Semarang.

PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dipimpin oleh seorang General Manager yang membawahi 4 fungsi operasi dan 8 fungsi supporting, diantaranya:

1. Fungsi Operasi :

- a. Fungsi HSSE (*Health, Security, Safety & Enviroment*).
- b. Fungsi *Supply and Distribution (S&D)*.
- c. Fungsi Marine.
- d. Fungsi Petrochemical.

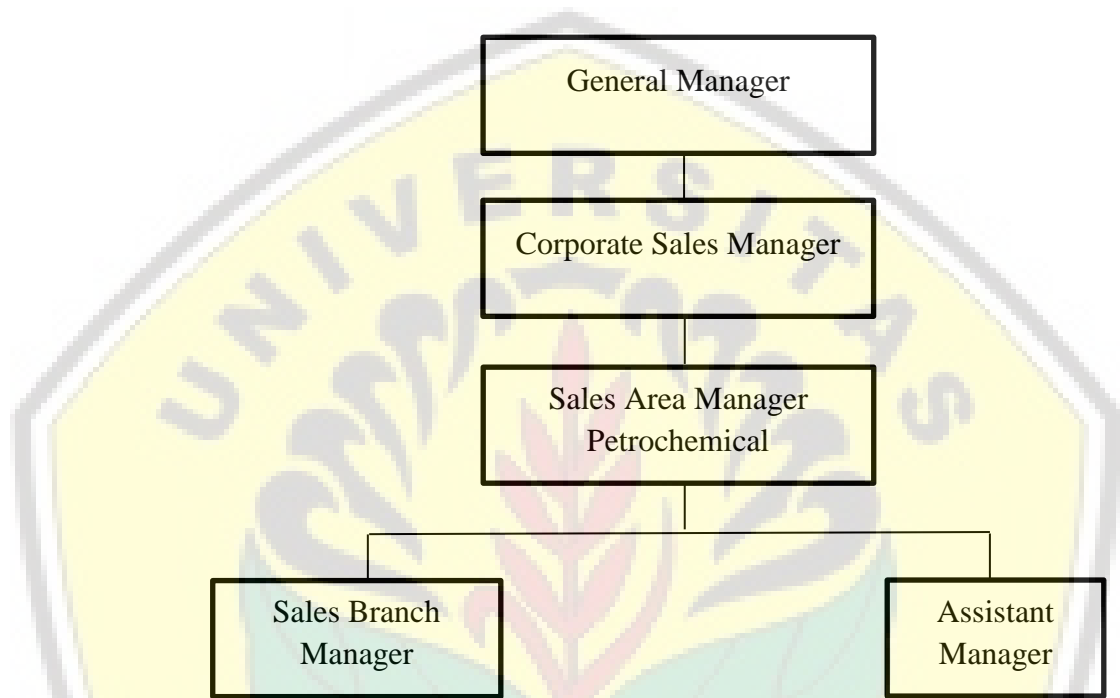
2. Fungsi Supporting :

- a. Fungsi Finance.
- b. Fungsi *Information Technology (IT)*.
- c. Fungsi *Human Capital (HC)*.
- d. Fungsi Medical.
- e. Fungsi *Small Medium Enterprise & Social Responsibility (SME & SR)*.
- f. Fungsi Quality Management.
- g. Fungsi Legal Consul.
- h. Fungsi Asset Management.

PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya memiliki banyak fungsi (unit) yang menangani berbagai macam produk yang dihasilkan perusahaan, salah satunya adalah fungsi Petrochemical. Petrochemical Trading merupakan anak perusahaan PT. Pertamina (persero) yang bergerak dibidang penjualan produk berbahan dasar kimia seperti *special chemical, aromatic olefin, dan Bitumen (Aspal)*.

### 3.2 Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya khususnya pada fungsi Petrochemical sesuai dengan bidang pada pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Fungsi Petrochemical

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya. Tahun 2020

Tujuan dibentuknya struktur organisasi di PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya, yaitu guna pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab sehingga karyawan dapat melaksanakan kegiatan sesuai bidangnya masing-masing secara efektif dan efisien. Tujuan lainnya dibentuk struktur organisasi, yaitu untuk mempermudah seorang pimpinan dalam perlimpahan tugas dan wewenangnya. Adapun uraian pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab antara pimpinan dan karyawan PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya pada fungsi Petrochemical sebagai berikut :

- a) General Manager

General manager adalah manajer yang memiliki semua tanggung jawab semua pejabat dalam suatu organisasi atau perusahaan. Beberapa unit fungsional yang mengelola beberapa atau semua manajer fungsional dikelola oleh general manager.

Tugas General Manager PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi kegiatan marketing dan sales untuk produk-produk PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.
- 2) Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi kegiatan *supply*

Wewenang General Manajer PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengesahkan dan menyetujui pengeluaran dana di PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya .
- 2) Menetapkan hasil penilaian kinerja pekerja di PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.

Tanggung jawab General Manager PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggungjawab memimpin pekerjaan secara keseluruhan terhadap distributor pelaksanaan perikatan.
- b) Corporate Sales Manager

Corporate Sales Manager bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mengawasi operasi penjualan untuk memastikan maksimalisasi keuntungan dan realisasi target penjualan.

Tugas Corporate Sales Manager PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi pengelolaan persediaan, eksekusi penerimaan, dan eksekusi penyaluran produk.
- 2) Pengelolaan kerjasama.

Wewenang Corporate Sales Manager PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengesahkan dan menyetujui pengeluaran dana di Fungsi *Supply* dan Distributor PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya.
- 2) Melakukan negoisasi dn persetujuan pemenang proses pengadaan barang / jasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tanggungjawab Corporate Sales Manager PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggungjawab atas kinerja karyawan.
- c) Sales Area Manager Petrochemical

Seorang Sales Area Manager adalah anggota sekaligus pimpinan team, salesman atau semua anggota di bawah tanggung jawabnya harus membantu semua proses pencapaian target yang dibebankan oleh perusahaan .

Tugas Sales Area Manager Petrochemical PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengatur kinerja para bawahan (staff).
- 2) Mengontrol dan mengevaluasi kinerja bawahan.
- 3) Membuat rencana untuk memastikan pencapaian target dan menyelaraskan dengan kebijakan penjualan perusahaan dan strategi.

Wewenang Sales Area Manager Petrochemical PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Penghubung antara Staff dan Manager.
- 2) Membantu tugas Staff bawahan.
- 3) Menampung segala keluhan dari distributor yang akan disampaikan ke Manager.

Tanggungjawab Sales Area Manager Petrochemical PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut :

- 1) Merencanakan kegiatan yang menjadi tugasnya.
- 2) Memastikan setiap orang yang terlibat pada tugas dan pekerjaan tersebut.
- 3) bertanggung jawab untuk memantau kegiatan sales perusahaan dalam batasan geografis tertentu.
- d) Sales Branch Manager



Sales Branch Manager mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan pemasaran perusahaan membina hubungan baik dengan customer yang sudah berjalan maupun yang akan menjadi *customer* dan terus mencari klien - klien yang potensial untuk perusahaan

Tugas Sales Branch Manager adalah sebagai berikut :

- 1) Memasarkan produk kepada *customer*.
- 2) Mengawasi setiap pekerjaan project.
- 3) Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi kegiatan riset pasar terkait penjualan produk.
- 4) Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi kegiatan *marketing plan* terkait penjualan produk.

Wewenang Sales Branch Manager adalah sebagai berikut :

- 1) Membantu untuk memasarkan produk kepada *customer*.
- 2) Mengesahkan dan menyetujui pengeluaran dana.
- 3) Melakukan negoisasi dan persetujuan pemenang pross pengadaan barang / jasa.

Tanggungjawab Sales Branch Manager I adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggungjawab untuk mendukung tercapainya penjualan.
- e) Assistant Manager

Asistant adalah seorang karyawan yang bertugas membantu manager atau karyawan lain yang memiliki jabatan lebih tinggi untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Tugas Assistant Manager adalah sebagai berikut :

- 1) Mengkoordinasikan pengurusan izin-izin usaha perusahaan.
- 2) Menyusun agenda pertemuan serta pelayanan.
- 3) Melaksanakan kegiatan kesekretariatan perusahaan.
- 4) Mengawasi dan memotivasi staff.

Wewenang Assistant Manager adalah sebagai berikut :

- 1) Membantu manager dalam mengatur, merencanakan dan menetapkan strategi.
- 2) Penghubung antara Staff dan Manager.

Tanggungjawab Assistant Manager adalah sebagai berikut :



- 1) Memastikan jadwal dan sasaran dipenuhi.
- 2) Bertanggung jawab atas kinerja karyawan.

### **3.3 Produk PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya**

PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya memiliki fungsi mendistribusikan bahan bakar minyak dan gas bumi untuk memenuhi kebutuhan di wilayah kerja unit pemasaran Jawa Timur, Bali, NTT dan NTB. Berikut produk-produk usaha hilir yaitu:

a) Bahan Bakar Minyak (BBM)

Selama ini PT. Pertamina (Persero) masih sepenuhnya mengemban Public Service Obligation (PSO) untuk menyediakan dan mendistribusikan BBM dalam negeri, yang terdiri dari : Premium (Gasoline), Minyak Tanah (Kerosene), Minyak Solar (ADO), Minyak Diesel (IDO), Minyak Bakar (IFO).

b) Non BBM dan Petrokimia

Produk Non BBM & Petrokimia yang dipasarkan dan dijual Unit Bisnis Niaga Non BBM dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) bagian, sebagai berikut :

- 1) Produk Asphalt : Aspal Curah dan Aspal dalam kemasan drum(155 kg)
- 2) Produk Non BBM : Solvent, Minarex, Paraffinic, Oil Heavy Aromatic, Lube Base Oil, Slave Wax, Paraffin Wax, Green Coke
- 3) Produk Petrokimia : Paraxylene, Benzene, PTA, Propylene, Polypropylene (Polytam), dan Sulfur.

c) Gas

Untuk pemenuhan kebutuhan LPG dalam negeri, Pertamina memiliki 3 (tiga) sumber pasokan yaitu : LPG yang dihasilkan dari kilang-kilang Pertamina sekitar 75 %, LPG impor dan kilang swasta sebesar 25 %. Produk LPG dengan merek “Elpiji” dijual melalui jalur distribusi SPPBE/APPEL dan Agen yang terdiri dari kemasan 3 kg, 6 kg, 12 kg, 60 kg, LPG Bulk, Bright Gas dan Vi-Gas.

d) Pelumas

Guna memenuhi kebutuhan pasar Pelumas di dalam negeri, Pertamina memproduksi dan memasarkan berbagai jenis pelumas yang dikelompokkan menjadi :

- 1) Pelumas Kendaraan Gasoline : Prima XP dan Fastron.

- 2) Pelumas Kendaraan Mesin Diesel : Meditran dan Fastron Diesel.
- 3) Pelumas Sepeda Motor : Enduro.
- 4) Pelumas Transmisi.
- 5) Pelumas Mesin Industri dan Perkapalan.

### 3.4 Visi, Misi, Motto dan Tata Nilai Perusahaan

Visi : Menjadi unit pemasaran yang terbesar dan terpandang.

Misi : Menguasai pemasaran produk migas di Jawa Timur, Bali, NTB dan NTT efektif dan efisien untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan menjadikan pekerja sebagai manusia karya yang sejahtera

Motto : Kepuasan pelanggan adalah kebahagiaan kami.

PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya menetapkan enam tata nilai perusahaan yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan perusahaan. Keenam tata nilai PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya adalah sebagai berikut:

a) *Clean* (Bersih)

Dikelola secara profesional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas, dan berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

b) *Competitive* (Kompetitif)

Mampu berkompetisi dalam skala internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

c) *Confident* (Percaya Diri)

Berperan dalam membangun ekonomi nasional, menjadi pelopor dalam reformasi BUMN, dan membangun kebanggaan bangsa.

d) *Customer Focus* (Fokus pada Pelanggan)

Berorientasi pada kepentingan pelanggan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

e) *Commercial* (Komersial)

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip yang sehat.

f) *Capable* (Berkemampuan)

Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi. Selain itu juga berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.



## BAB V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Praktek Kerja Nyata yang dilaksanakan pada PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya dapat diambil kesimpulan berdasarkan judul laporan serta berdasarkan tujuan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata sebagai berikut:

### 5.1 Kesimpulan

- a) Saluran distribusi yang dipakai PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya dalam mendistribusikan aspalnya adalah jenis saluran distribusi tingkat 1. Dimana mereka menggunakan perantara distributor untuk menyalurkan aspal agar sampai ke tangan konsumen. Dalam mendistribusikan aspalnya PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya menggunakan jalur laut maupun jalur darat.
- b) Dalam kegiatannya proses distribusi tidak hanya sebagai penyalur barang saja, proses distribusi juga memiliki peran lain seperti membantu meratakan hasil produksi, meningkatkan nilai guna, membantu melancarkan proses produksi, dan juga membantu pemenuhan kebutuhan konsumen. Bagi perusahaan, tingkat penjualan merupakan kunci atau tolak ukur keberhasilan. Maka dari itu sangat perlu dilakukan input data penjualan untuk mengetahui tolak ukur keberhasilan perusahaan. PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya menggunakan saluran distribusi tidak langsung, bisa dikatakan penggunaan saluran distribusi ini lebih menguntungkan dikarenakan prosentase biaya distribusi saluran tidak langsung relatif lebih kecil dan menghasilkan penjualan yang lebih banyak dibandingkan distribusi langsung.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alma, Buchari. 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : BPFE.

Basu Swastha. 2009, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2000, *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo

Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*, Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Terjemahan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler, Kevin Lane. 2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2 edisi Ketiga Belas*, Jakarta : Erlangga.

Philip Kotler. 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, Jakarta: Prenhallindo

Samsul Ramli. 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Jakarta: Visi media.

Sarfilianty Anggiani. 2018, *Kewirausahaan, Edisi kedua*, Jakarta : Prenadamedia Group.

Sattar.2017. *Buku Ajar Ekonomi Internasional*, Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Lampiran

Lampiran 1 : Delivery Order

**PERTAMINA**  
BITUMEN PLANT GRESIK

**ORDER PEMUATAN**  
**ASPAL DRUM**

No. REG. : 3  
25  
71  
TDD

TANGGAL : 15. 05. 2019

No. TRUCK : DP 8832 AA

INDENTOR : MA - SO

No. ALOKASI / DO : 4010 831 319 = 19  
4010 848 633 = 81

ORDER PEMUATAN : BATCH : 95 / B  
100

PEMINTA: INDENTOR (Signature)

PENGAWAS: GATE KEEPER (Signature)

PELAKSANA: KONTRAKTOR MUAT (Signature)

JEMBER

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020



Lampiran 2 : Surat Jalan

Untuk PERTAMINA

**PERTAMINA**

Standard - Dealer Asphalt Curah  
0410 - Kodya Surabaya

Asphalt Plant Gresik

**SURAT PENGANTAR PENGIRIMAN**

NO POLISI/NAMA KAPAL	: WEIGHT /	
SHIPMENT NO	: 13985719	DR 8832 AA
NAMA PENGEMUDI	:	
PEMBELI	: 820764 PT. SURYA AGUNG NUSANTARA	
TUJUAN	: 820765 PT. SURYA AGUNG NUSANTARA	
	: JL.MANYAR TIRTOASRI 12/37 MENUR	
	: PUMPUNGAN	
PRODUK	: ASPHALT DRUM 155 KG INC SHEET & CAT	
NOMOR SO/SA	: 4010848633	
NOMOR DO	: 8040259074	
JML PEMESANAN	: 81 DR	25
DENSITY & TEMP (OBS)	: &	75
TGL PENGIRIMAN	: 15.05.2019	100 ← 8/2
JAM KELUAR	: 09:49:12	19.
NOMOR SEGEL	:	

**HARUS DIISI OLEH PETUGAS LAPANGAN**

JAM TIBA	:	
STOCK TERIMA	:	
DENSITY & TEMP (OBS)	:	
ORDER BERIKUTNYA	:	

TANDA TANGAN DAN NAMA LENGKAP PELANGGAN

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020

## Lampiran 3 : Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI  
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 : feb@unej.ac.id

Nomor : 9046/UN.25.1.4/PM/2019  
Lampiran : Satu Bendel  
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

26 Desember 2019

Yth. Pimpinan PT. Apertamina Persero Mor V Surabaya  
Jl. Jagir Wonokromo No. 88  
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 mengharap 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.	Merilia Ratri Dayinta	170803101002	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Fitria Nanda Fransisca Putri	170803101059	D3 Manajemen Perusahaan
3.	Kholifatin Khanifah	170803101064	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : Januari 2020 -Maret 2020

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan I  
  
Dr. Zainuri, M.Si  
NIP. 19640325 198902 1 001

Tembusan kepada Yth :  
1. Yang bersangkutan;  
2. Arsip

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2019



## Lampiran 4 : Surat Balasan Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



Surabaya, 16 Januari 2020  
No. 049/K24330/2020-S8

Perihal : Praktek Kerja Lapangan (PKL) Universitas Jember

Yang terhormat,  
Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi & Bisnis D3 Manajemen Perusahaan  
Universitas Jember  
Jl. Kalimantan 37 Kampus Bumi Tegal Boto 159 Jember

Mengacu surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi D3 Manajemen Perusahaan Universitas Jember No.9046/UN.25.1.4/PM/2019 tanggal 26 Desember 2019 perihal Permohonan Tempat PKN, dengan ini kami informasikan bahwa Mahasiswa/i atas nama sebagai berikut :

No.	Nama	Jenis Kelamin	NPM	Prodi - Universitas	Periode PKL
1	Merilia Ratri Dayinta	Perempuan	170803101002	D3 Manajemen Perusahaan - Universitas Jember	01 Februari 2020 sd
2	Kholifatin Khanifa	Perempuan	170803101064		31 Maret 2020

Dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Fungsi Corporate Sales PT Pertamina (Persero) MOR V pada Bulan February 2020 selama 2 (dua) bulan dengan catatan semua biaya dan resiko yang timbul termasuk akomodasi, konsumsi dan transportasi menjadi tanggungan yang bersangkutan. Sedangkan untuk perlengkapan safety (Alat Pelindung Diri) bilamana diperlukan akan dipinjamkan.

Sehubungan dengan hal tersebut, agar yang bersangkutan mengirimkan surat pernyataan kerahasiaan yang sudah ditandatangani diatas materai 6000 (form terlampir) dan melampirkan pas photo terbaru ukuran 3x4 sebanyak 1 (satu) lembar ke PT Pertamina (Persero) HC Unit MOR V Jl. Jagir Wonokromo No. 88, Surabaya.


Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Direktorat SDM  
Unit Manager HC MOR V,  
  
  
Mahendra Wijaya

Marketing Operation Region V  
Jalan Jagir Wonokromo No 88  
Surabaya - 60244 PO BOX 1068 Indonesia  
T +62 31 849 2400 F +62 31 843 7534 E +62 31 843 7537  
www.pertamina-uprms5.com


Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020

Lampiran 5 : Absensi Praktek Kerja Nyata


  
**PERTAMINA**
  
 Absensi Magang Mahasiswa
   
 D3 Manajemen Perusahaan
   
 Universitas Negeri Jember

BAGIAN	HARI	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	Menilai RD	Kinorifatin RD	Keterangan
				IN	OUT	
C O F P O F T R A I E S e l i e M O R V	Sabtu	01 Feb 20				
	Minggu	02 Feb 20	mengecek data	jujur	jujur	
	Senin	03 Feb 20	mengecek data. dalam bentuk excel	jujur	jujur	
	Selasa	04 Feb 20	Wawancara tugas sebelumnya	jujur	jujur	
	Rabu	05 Feb 20	Membuat laporan Ptk.	jujur	jujur	
	Kamis	06 Feb 20	Menghitung laporan aspal	jujur	jujur	
	Jumat	07 Feb 20		jujur	jujur	
	Sabtu	08 Feb 20		jujur	jujur	
	Minggu	09 Feb 20	menyusun laporan Ptk.	jujur	jujur	
	Senin	10 Feb 20	Mengunduh data peternakan (Membuat market share)	jujur	jujur	
	Selasa	11 Feb 20	Mengunduh data peternakan (Membuat Market share)	jujur	jujur	
	Rabu	12 Feb 20	Mengunduh data peternakan (Membuat Market share)	jujur	jujur	
	Kamis	13 Feb 20	Mengunduh data peternakan (Membuat Market share)	jujur	jujur	
	Jumat	14 Feb 20	Mengunduh data peternakan (Membuat Market share)	jujur	jujur	
Sabtu	15 Feb 20		jujur	jujur		
Minggu	16 Feb 20		jujur	jujur		
Senin	17 Feb 20	mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Selasa	18 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Rabu	19 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Kamis	20 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Jumat	21 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Sabtu	22 Feb 20		jujur	jujur		
Minggu	23 Feb 20	Pengambilan Data Peternakan	jujur	jujur		
Senin	24 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Selasa	25 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Rabu	26 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Kamis	27 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Jumat	28 Feb 20	Mengunduh data peternakan	jujur	jujur		
Sabtu	29 Feb 20		jujur	jujur		

Menggetahui,

 Sadam Sidiq

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020






Absensi Magang Mahasiswa  
D3 Manajemen Perusahaan  
Universitas Negeri Jember

BAGIAN	HARI	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	Merita IN	Merita RD	Khoilafatin K IN	Khoilafatin K Out	Keterangan
C o f f i c e	Minggu	01-Mar-20						
	Senin	02-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Selasa	03-Mar-20	Menyusun Laporan Pku	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Rabu	04-Mar-20	Menyusun Laporan Pku	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Kamis	05-Mar-20	Menyusun Laporan Pku	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Jumat	06-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Sabtu	07-Mar-20						
	Minggu	08-Mar-20						
	Senin	09-Mar-20	Mendata nota pengalokasian dana	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Selasa	10-Mar-20	Menyusun laporan pku	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Rabu	11-Mar-20	Mentoring Resume TOP dan Inoformis	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Kamis	12-Mar-20	Merencanakan Pesi Pengiriman Segel Aspal	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Jumat	13-Mar-20	Merencanakan Berita Acara seah terima Berang Taha	08.00	08.00	08.00	08.00	
	Sabtu	14-Mar-20						
Minggu	15-Mar-20							
Senin	16-Mar-20	<b>Menyusunkan Laporan Pkd</b>	08.00	08.00	08.00	08.00		
Selasa	17-Mar-20	Pengisian sisten Pengisian & pengalokasian laporan pku	08.00	08.00	08.00	08.00		
Rabu	18-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Kamis	19-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Jumat	20-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Sabtu	21-Mar-20							
Minggu	22-Mar-20							
Senin	23-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Selasa	24-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Rabu	25-Mar-20							
Kamis	26-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Jumat	27-Mar-20	Menyusun Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Sabtu	28-Mar-20							
Minggu	29-Mar-20							
Senin	30-Mar-20	Konsultasi Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	
Selasa	31-Mar-20	Presentasi hasil Laporan Pkd	08.00	08.00	08.00	08.00	WFH	

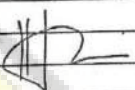

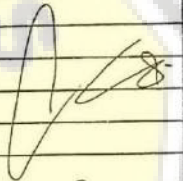
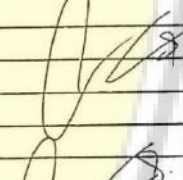
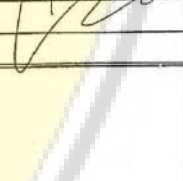
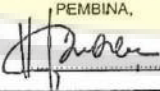
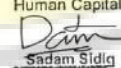
Mengetahui,  
Sadam Sidiq

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020

Lampiran 6 : Laporan Kegiatan Praktek Kerja Nyata



**LAPORAN KEGIATAN PESERTA MAGANG MAHASISWA**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN D3 MANAJEMEN PERUSAHAAN**  
**PT PERTAMINA (PESERO) TAHUN 20.....Universitas Jember:**

NAMA MAHASISWA : MERILIA PATRI DAYINTA		FUNGSI : Corporate Sales		
NIM/NRP : 17080310002		Nama Pembimbing : Hardika A Geraldo A		
PERIODE : Februari - Maret		No. Pekerja : 752979		
TANGGAL : s/d		MENTOR		
NO.	TANGGAL	DAFTAR TUGAS PEKERJAAN	NAMA	TANDA TANGAN
1	3-02-2020	mengolah data aspal	Pak Hardika	
2	4-02-2020	mengolah data aspal	Pak Hardika	
3	5-02-2020	mengolah data aspal	Pak Hardika	
4	6-02-2020	mengolah data aspal	Pak Hardika	
5	7-02-2020	menghitung laporan aspal	Pak Hardika	
6	10-02-2020			
7	11-02-2020	mengolah data petkim periode Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
8	12-02-2020	mengolah data petkim Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
9	13-02-2020	mengolah data petkim Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
10	14-02-2020	mengolah data petkim Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
11	17 Februari 2020			
12	18-02-2020	mengolah data petkim Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
13	19-02-2020	mengolah data petkim Jan - Des 2019	Pak Geraldo	
14	20-02-2020			
15	21-02-2020			
Catatan Peserta Magang :				
VERIFIKATOR :				
PEMBINA, 		Human Capital  Sadam Sidq		
<b>Keterangan :</b>				
1. Daftar Tugas Mahasiswa dibuat oleh User diserahkan kepada Mahasiswa				
2. Catatan Peserta Magang merupakan tugas yang dilakukan Mahasiswa setiap hari				
3. Form yang telah diisi, diserahkan ke Fungsi SDM				

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020





LAPORAN KEGIATAN PESERTA MAGANG MAHASISWA  
 FAKULTAS...E.KONOMI...JURUSAN...P3 MANAJEMEN PERUSAHAAN...  
 PT PERTAMINA (PERSERO) TAHUN 20.20...Universitas...Jember

NAMA MAHASISWA : MEBILIA RATRI DAYINTA		FUNGSI : Corporate Sales		
NIM/NRP : 170003101002		Nama Pembimbing : Gerardo Acwyno		
PERIODE : Februari - Maret		No.Pekerja : 752479		
TANGGAL : s/d				
NO.	TANGGAL	DAFTAR TUGAS PEKERJAAN	MENTOR	
			NAMA	TANDA TANGAN
16.	24-02-2020	pengenalan produk petkim	Pak Hardika	
17.	25-02-2020	mengolah data rekap penjualan aspal	Pak Hardika	
18.	26-02-2020	menganalisis produk-produk petkim	Pak Hardika	
19.	27-02-2020	menganalisis produk-produk petkim	Pak Hardika	
20.	28-02-2020	menganalisis produk-produk petkim	Pak Hardika	
	2 - Maret -2020			
	3 - Maret -2020			
	4 - " - "			
	5 - " - "			
	6 - " - "			
	9 - " - "	mandata nota pengelkaran dana		
	10 - Maret 2020			
	11 - Maret 2020	membuat Resepi Top dan Incoterm		
	13. Maret 2020	mewakap resi pengiriman Aspal		
Catatan Peserta Magang :				
PEMBINA,		VERIFIKATOR :		
		Human Capital  Sadam Sidiq		

- Keterangan :
1. Daftar Tugas Mahasiswa dibuat oleh User diserahkan kepada Mahasiswa
  2. Catatan Peserta Magang merupakan tugas yang dilakukan Mahasiswa setiap hari
  3. Form yang telah diisi, diserahkan ke Fungsi SDM

\*) Coret yang tidak perlu

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020



LAPORAN KEGIATAN PESERTA MAGANG MAHASISWA  
 FAKULTAS...../JURUSAN.....  
 PT PERTAMINA (PERSERO) TAHUN 20.....Universitas.....

NAMA MAHASISWA : <u>Menna Putri Dayanta</u>			FUNGSI : <u>Corporate Sales</u>	
NIM/NRP : <u>170003101002</u>			Nama Pembimbing : <u>Hardika &amp; Gerardo A.</u>	
PERIODE : <u>Februari - Maret</u>			No. Pekerja : <u>752479</u>	
TANGGAL : s/d				
NO.	TANGGAL	DAFTAR TUGAS PEKERJAAN	MENTOR	
			NAMA	TANDA TANGAN
1	2 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
2	3 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
3	04 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
4	05 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
5	06 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
6	09 - 03 - 2020	mendata nota pengeluaran		
7	10 - 03 - 2020	mendata menyusun laporan ptu		
8	11 - 03 - 2020	resume Top dan katerms.		
9	12 - 03 - 2020	I J I N		
10	13 - 03 - 2020			
11	16 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
12	17 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
13	18 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
14	19 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
15	20 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
16	23 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
17	24 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
18	26 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
19	27 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
20	30 - 03 - 2020	menyusun laporan ptu		
Catatan Peserta Magang :				
PEMBINA,			VERIFIKATOR :	
			Human Capital	
			Sadam Sidig	

Keterangan :  
 1. Daftar Tugas Mahasiswa dibuat oleh User diserahkan kepada Mahasiswa  
 2. Catatan Peserta Magang merupakan tugas yang dilakukan Mahasiswa setiap hari  
 3. Form yang telah diisi, diserahkan ke Fungsi SDM

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020

Lampiran 7 : Form Presentasi Hasil Kegiatan Praktek Kerja Nyata



Form Presentasi Magang Mahasiswa

Nama : MERILIA PARI D

Fungsi : Corporate Sales

Pembina : Geraldo Acewyno

Hari	Tanggal	Judul	TTD	
			Mahasiswa	Pembina
Selasa	30 Maret 2020	Prosedur Redistribusi Asphalt Sulayoh Jatibacims		


Jr Officer I HC Business Partner

Sadam Sidiq

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020



Lampiran 8 : Daftar Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telepon 0331 - 337990 – Faximale 0331 - 332150  
 Email : [feb@unej.ac.id](mailto:feb@unej.ac.id) Website : [www.feb.unej.ac.id](http://www.feb.unej.ac.id)

---

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

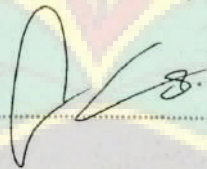
NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	90	
2.	Ketertiban	85	
3.	Prestasi Kerja	85	
4.	Kesopanan	90	
5.	Tanggung Jawab	90	

**IDENTITAS MAHASISWA :**

Nama : MERILIA RATRI DAYINTA  
 N I M : 170803101002  
 Program Studi : MANAJEMEN PERUSAHAAN

**IDENTITAS PEMBERI NILAI :**

Nama : GERALDO ACEWYNO  
 Jabatan : SE CHEMICAL  
 Institusi : PT. PERTAMINA (PERSERO) MOR V 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

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2020



## Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Nyata



Surabaya, 18 Mei 2020  
No. 241/K24330/2020-S8

Perihal : Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Lapangan (PKL) Universitas Jember

Yang terhormat,  
**Wakil Dekan I**  
Fakultas Ekonomi & Bisnis D3 Manajemen Perusahaan  
Universitas Jember  
Jl. Kalimantan 37 Kampus Bumi Tegal Boto 159 Jember

Mengacu :

1. Surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi D3 Manajemen Perusahaan Universitas Jember No.9046/UN.25.1.4/PM/2019 tanggal 26 Desember 2019 perihal Permohonan Tempat PKN.
2. Surat Unit Manager HC Unit Manager MOR V No. 049/K24330/2020-S8 Tanggal 16 Januari 2019 perihal Praktek Kerja Lapangan.

Dengan ini kami informasikan bahwa Mahasiswa atas nama sebagai berikut:

No.	Nama	Jenis Kelamin	NPM	Prodi - Universitas	Periode PKL
1	Merilia Ratri Dayinta	Perempuan	170803101002	D3 Manajemen Perusahaan - Universitas Jember	01 Februari 2020 sd
2	Kholifatin Khanifa	Perempuan	170803101064		31 Maret 2020

Telah melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Fungsi Corporate Sales PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region V pada tanggal 01 Februari sd 31 Maret 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Direktorat SDM  
Unit Manager HC MOR V,

**Dasa Tri S Wicaksono**

Marketing Operation Region V  
Jalan Jagir Wonokromo No. 88  
Surabaya - 60244 PO BOX 1068 Indonesia  
T +62 31 849 2400 F +62 31 843 7534 F +62 31 843 7537  
www.pertamina-upms5.com

Sumber : PT. Pertamina (persero) MOR V Surabaya Tahun 2020

Lampiran 10 : Surat Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata



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 – Fac. (0331) 332150  
Email : feb@unej.ac.id

PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)

Menerangkan bahwa :

Nama : MERILIA RATRI DAYINTA  
NIM : 170803101002  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :  
PEMGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DALAM MEMPERTAHANKAN KELANCARAN PRODUKSI PT.  
PERTAMINA (PERSERO) MOR V SURABYA

(Revisi)

Sistem Informasi Pendistribusian Gas LPG PT Pertamina  
(Persero) Mor V Surabaya

Dosen pembimbing :

Nama	NIP	Tanda Tangan
Drs. Eka Bambang G., M.M.	19670219 199203 1 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 01 Maret 2020 s d 31 Juli 2020. 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, 11 Desember 2019  
Kaprod. Manajemen Perusahaan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ,

Drs. Sudaryanto, MBA., Ph.D.  
NIP. 196604081991031001.

**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) Petugas administrasi program studi Diploma III (S0).
3. (\*) coret yang tidak sesuai

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2019