



**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK  
(NITROGEN, PHOSPAT, DAN KALIUM) PELANGI BERBASIS E-  
COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Oleh

**MUHAMMAD RAIHAN RAKHA FIRMANSYAH**

**NIM 160803101037**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**JEMBER**

**2019**



**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK  
(NITROGEN, PHOSPAT, DAN KALIUM) PELANGI BERBASIS E-  
COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG 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

Oleh

**Muhammad Raihan Rakha Firmansyah**

**NIM 160803101037**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**JEMBER**

**2019**



**THE IMPLEMENTATION OF NPK (NITROGEN, PHOSPAT, AND  
KALIUM) NON SUBSIDIZED MARKETING STRATEGY BASED E-  
COMMERCE AT PT. PUPUK KALTIM BRANCH OF SURABAYA**

**THE REAL JOB PRACTICE REPORT**

Proposed as one of the requirements to obtain the Bachelor's Degree of Diploma III Program  
Management Company, Departement of Management, Economic and Business Faculty,  
University of Jember

Oleh

**Muhammad Raihan Rakha Firmansyah**

**NIM 160803101037**

**STUDY PROGRAM DIPLOMA III MANAGEMENT OF ENTERPRICE**

**MANAGEMENT MAJOR**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**UNIVERSITY OF JEMBER**

**2019**

**JUDUL**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA  
PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK  
(NITROGEN, PHOSPAT, DAN KALIUM) PELANGI BERBASIS E-  
COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Raihan Rakha Firmansyah

NIM : 160803101037

Program Studi : Manajemen Perusahaan

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

**16 MEI 2019**

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

**Susunan Panitia Penguji**

Ketua : Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si. (.....)

NIP. 19661020 199002 2 001

Sekretaris, : Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. (.....)

NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. (.....)

NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember



**Dr. H. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA**  
NIP. 19710727199512 1 001

**PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Nama : Muhammad Raihan Rakha Firmansyah  
NIM : 160803101037  
Program Studi : Manajemen Perusahaan (D3)  
Jurusan : Manajemen  
Judul Laporan : PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON  
SUBSIDI NPK (NITROGEN, PHOSPAT, DAN KALIUM)  
PELANGI BERBASIS E-COMMERCE PADA PT. PUPUK  
KALTIM CABANG SURABAYA

---

---

Jember, 3 Mei 2019

Mengetahui

Laporan Praktek Kerja Nyata

Telah disetujui oleh

Ketua Program Studi

Manajemen Perusahaan

Dosen Pembimbing

Drs. H. Sudaryanto, MBA, Ph.D.

NIP. 196660408 199103 1 001

Dr. Purnamie Titisari, S.E, M.Si

NIP. 19750106 200003 2 001

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, akhirnya selesai juga satu langka hidupku. Semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, ungkapan terima kasihku, hormat, dan kasih sayangku kepada:

1. Nenekku Soedartiningsih, dan kakekku Imam Soedjono (Alm) yang telah merawat, membimbing, memberi kasih sayang, dan pengorbanannya selama ini.
2. Ke dua orang tuaku, Pangestu Setyawan dan Retno Susilowati yang telah membimbing, merawat, dan pengorbanannya selama ini.
3. Kakakku tercinta, Arindah Paramitha Dinda Kurnia yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Keluarga besarku, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan penuh kesabaran.
6. Semua teman – teman Diploma III Manajemen Perusahaan.
7. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

## MOTTO

Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

(Q.S At-Taubah [9]: 105)

Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang.

(HR. Tirmidzi)

Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlh untuk tenang dan sabar.

(Umar Bin Khattab RA)

Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hakim) dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.

(Ali bin Abi Thalib RA)



## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul “Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pupuk Non Subsidi NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium) Pelangi Berbasis *E-Commerce* Pada PT. Pupuk KALTIM Cabang Surabaya. Laporan Praktek Kerja Nyata ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan laporan Praktek Kerja Nyata ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis dengan segala hormat ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Miqdad , S.E, M.M, AK, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
2. Bapak Drs. H. Sudaryanto, MBA, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan yang penuh dengan ikhlas membantu demi tercapainya penyelesaian penulisan laporan Praktek Kerja Nyara dengan baik.
3. Ibu Dr. Purnamie Titisari, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan laporan ini.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si. selaku Ketua Dosen Penguji
5. Bapak Dr. Imam Suroso, S.E, M.Si. selaku Sekretaris Dosen Penguji
6. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. selaku anggota Dosen Penguji
7. Bapak Drs. Adi Prasodjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik.



8. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat, dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan dari periode tahun 2016 – 2019.
9. Bapak Tino, Bapak Gatut, Bapak Toni, dan seluruh karyawan lainnya di PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya terutama bagian pemasaran pupuk non subsidi yang telah membantu dan membimbing dalam rangka menyelesaikan laporan Praktek Kerja Nyata.
10. Ke dua orang tuaku, Pangestu Setyawan dan Retno Susilowati atas kerja keras, do'a, perhatian, dan kasih sayang selama ini.
11. Kakakku Arindah Paramitha Dinda Kurnia yang selalu memberikan kemudahan dalam menyelesaikan laporan Praktek Kerja Nyata.
12. Sahabat-sahabatku yang selalu ada dalam suka maupun duka dan memberi warna dalam hidupku.
13. Semua teman – teman Diploma III Manajemen Perusahaan 2016 terima kasih untuk semua bantuan dan dukungannya
14. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu kujunjung tinggi
15. Seluruh pihak yang selalu membantu, memberikan semangat, dan dorongan sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan, Terima Kasih.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka didasari sepenuhnya penulisan laporan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga laporan ini banyak memberikan manfaat kepada pembaca sekalian.

Jember, 25 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

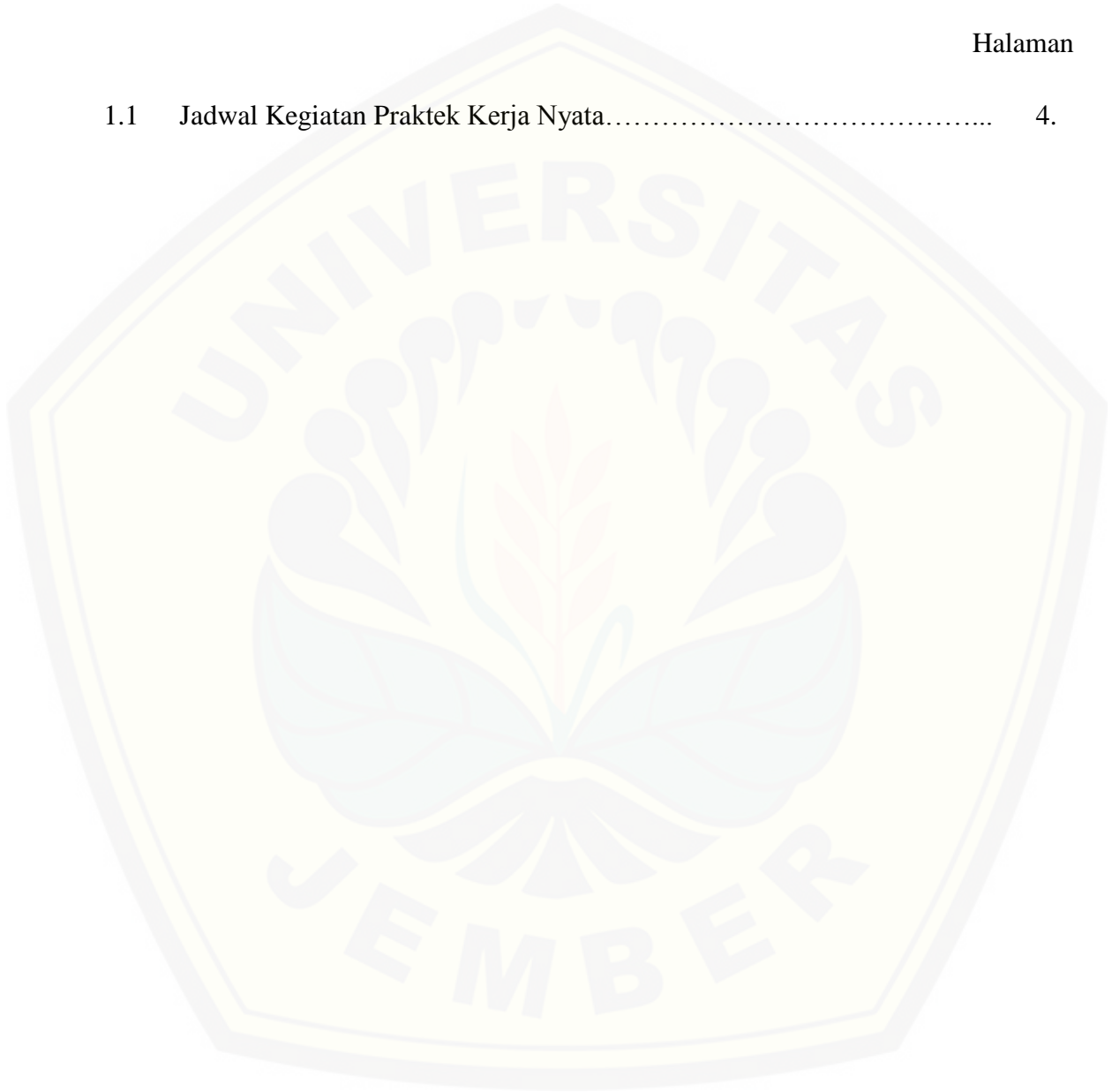
	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL <i>ENGLISH</i></b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PRAKATA</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Alasan Pemilihan Judul</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan dan Kegunaan 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 Praktek Kerja Nyata Di         Perusahaan</b> .....	3
1.3.1 Objek Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.2 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.3 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	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	Tugas Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.3	Fungsi Pemasaran.....	7
2.1.4	Konsep Pemasaran.....	8
2.1.5	Pendekatan Pemasaran.....	9
<b>2.2</b>	<b>Strategi.....</b>	<b>11</b>
2.2.1	Pengertian Strategi.....	11
2.2.2	Perbedaan Strategi dan Taktik.....	11
<b>2.3</b>	<b><i>E-Commerce</i>.....</b>	<b>12</b>
2.3.1	Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	12
2.3.2	Strategi <i>E-Commerce</i> .....	12
2.3.3	Sistem Belanja <i>E-Commerce</i> .....	13
<b>BAB 3.</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1</b>	<b>Sejarah PT. Pupuk Kalimantan Timur.....</b>	<b>15</b>
3.1.1	Makna Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur.....	17
3.1.2	Visi, Misi, Budaya dan Nilai-Nilai Perusahaan Pupuk Kalimantan Timur.....	18
<b>3.2</b>	<b>Struktur Organisasi.....</b>	<b>19</b>
<b>3.3</b>	<b>Penerapan Kode Etik.....</b>	<b>28</b>
<b>3.4</b>	<b>Kegiatan Pokok PT. Pupuk Kalimantan Timur.....</b>	<b>39</b>
<b>3.5</b>	<b>Jenis Pupuk PT. Pupuk Kalimantan Timur.....</b>	<b>31</b>
3.5.1	Urea Pupuk Indonesia.....	31
3.5.2	NPK Phonska.....	32
3.5.3	Urea Granul Daun Buah.....	32
3.5.4	Urea Prill Daun Buah.....	34
3.5.5	NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium) Pelangi.....	35
3.5.6	Ecofert.....	36
3.5.7	Biotara.....	37
3.5.8	Biodex.....	38
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>39</b>

<b>4.1 Pelaksanaan Pemasaran Pupuk Non Subsidi NPK Pelangi</b>	
<b>Berbasis <i>E-Commerce</i></b> .....	40
4.1.1 Alur Pendaftaran Konsumen Baru Di Go Pupuk.....	44
4.1.2 Alur Pembelian dan Pembayaran Pupuk Non Subsidi Di Go Pupuk.....	45
4.1.3 Alur Pendaftaran Toko Di Go Pupuk.....	49
<b>4.2 Kegiatan Praktek Kerja Nyata</b> .....	52
4.2.1 Membantu Memverifikasi, Memvalidasi, dan Menyusun Dokumen Berita Acara Hasil Verifikasi dan Validasi PupuK Bersubsidi.....	52
4.2.2 Memasukkan Data Laporan Perkembangan Kegiatan Program Peningkatan Produksi Pangan PT. Pupuk KALTIM.....	54
4.2.3 Memeriksa dan Menyetempel Dokumen Berita Acara Hasil Panen Program Peningkatan Produksi Pangan.....	55
4.2.4 Memasukkan dan Memeriksa Data Kebutuhan Pupuk Urea Bersubsidi.....	58
4.2.5 Memasukkan Data Dokumen Memo Verifikasi Pembayaran..	59
4.2.6 Memeriksa dan Memasukkan Data Transaksi Perusahaan.....	60
4.2.7 Mengklasifikasi dan Merekap Laporan Penjualan dan Laporan Keuangan.....	60
<b>4.3 Istilah – Istilah</b> .....	63
<b>4.4 Identifikasi Permasalahan Dan Solusi</b> .....	65
4.4.1 Identifikasi Permasalahan.....	65
4.4.2 Solusi.....	65
<b>BAB 5. Kesimpulan</b> .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	67
<b>LAMPIRAN</b> .....	68

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
1.1 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	4.



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
2.1 Pendekatan Sistem Pemasaran.....	6
3.1 Logo Baru PT. Pupuk Kalimantan Timur.....	17
3.2 Struktur Organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya.....	20
3.3 Urea Pupuk Indonesia.....	31
3.4 NPK Phonska.....	32
3.5 Urea Granul Daun Buah.....	33
3.6 Urea Prill Daun Buah.....	34
3.7 NPK Pelangi 20-10-10.....	35
3.8 NPK Pelangi Agro 15-15-15.....	36
3.9 Ecofert.....	37
3.10 Biotara.....	37
3.11 Biodex.....	38
4.1 <i>Flow Chart</i> Strategi Pemasaran <i>E-Commerce</i> Pupuk Non Subsidi Di Pupuk KALTIM Cabang Surabaya.....	40
4.2 Surat Pemberitahuan FOT Pupuk KALTIM.....	42
4.3 Surat Penandatanganan SPJB.....	43
4.4 <i>Flow Chart</i> Pendaftaran Konsumen Baru Di Go Pupuk.....	44
4.5 <i>Flow Chart</i> Pembelian dan Pembayaran Di Go Pupuk Bagi Konsumen Baru.....	45
4.6 <i>Flow Chart</i> Pembelian dan Pembayaran Di Go Pupuk Bagi Konsumen Terdaftar.....	46
4.7 <i>Flow Chart</i> Pendaftaran Toko Di Go Pupuk.....	49
4.8 Faktur Pajak.....	51
4.9 Dokumen Berita Acara Hasil Verifikasi Dan Validasi Pupuk	



	Bersubsidi Tim Kecamatan Provinsi JATIM Kab. Nganjuk.....	53
4.10	Laporan Perkembangan Kegiatan Program Peningkatan Produksi Pangan PT. Pupuk KALTIM Musim Tanam April s/d September.....	54
4.11	Hasil Peninjauan Lokasi Kemitraan Program Peningkatan Produksi Pangan Pada Komiditi Padi Di Kabupaten Banyuwangi Provinsi JATIM Musim Tanam April – September.....	55
4.12	Berita Acara Hasil Panen Program Peningkatan Produksi Pangan....	57
4.13	Kebutuhan Pupuk Urea Bersubsidi Di KALSEL Tahun 2019 Sektor Pertanian.....	58
4.14	Memo Verifikasi Pembayaran.....	59
4.15	<i>Flow Chart</i> Pengklasifikasian dan Perekapan Dokumen.....	61
4.16	Dokumen DO.....	61
4.17	Dokumen SPAP.....	62

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
A. Nilai Hasil PKN.....	68
B. Daftar Absensi PKN.....	69
C. Persetujuan Penyusunan Laporan PKN.....	71
D. Kartu Konsultasi Bimbingan PKN.....	72
E. Surat Permohonan Tempat PKN.....	74
F. Surat Persetujuan Ijin PKN.....	75

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Alasan Pemilihan Judul

Pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur pemindahan barang dari produsen kepada konsumen. Penawaran yang menarik dari suatu barang mampu menghantarkan kepada ketertarikan konsumen untuk segera membelinya. Penawaran suatu produk tidak hanya dari segi kualitas dan keunggulan yang melakat pada produk tersebut, melainkan dapat dilihat dari segi pelayanan yang melingkupinya, yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi. Produk atau jasa suatu perusahaan sudah memiliki keunggulan yang bagus, tapi pelayanannya yang kurang bagus terhadap konsumen menyebabkan penjualan dan pemasaran produk tersebut akan menjadi sia-sia. Pada era globalisasi sekarang ini atau era yang dipenuhi dengan berbagai kesibukkan menuntun konsumen dalam membeli suatu produk selalu memperhatikan pelayanan yang bersifat praktis pada suatu perusahaan.

Pemasaran tidak bersifat statis, melainkan bersifat dinamis. Artinya, pemasaran disesuaikan dengan perkembangan dan bukan perkembangan zaman mengikuti pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu menganalisis berbagai peluang pasar pada era modern. Pemasaran dengan menggunakan media tradisional dengan media modern memiliki dampak yang berbeda jauh terhadap perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, PT. Pupuk KALTIM memiliki satu fokus orientasi pemasaran, yaitu fokus kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga mampu menghantarkan kepuasan konsumen secara maksimal. Pemasaran pada PT. Pupuk KALTIM terbagi menjadi 2, yaitu pemasaran pupuk bersubsidi dan pemasaran pupuk non subsidi. Kebijakan pemasaran pupuk bersubsidi telah diatur pada peraturan perundang-undangan yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomer 17/M-

DAG/PER/6/2011 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian, sedangkan kebijakan pemasaran pupuk non subsidi merupakan berbagai kebijakan yang dibuat oleh PT. Pupuk KALTIM dengan fokus orientasi adalah pelanggan.

Pemasaran pupuk non subsidi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan pupuk terbesar di Indonesia, yaitu PT. Pupuk Kalimantan Timur, melainkan semua perusahaan pupuk di Indonesia juga berlomba dalam menjual pupuk non subsidi. Parameter kemenangan perlombaan tersebut ditentukan siapa yang mampu menciptakan produk yang berkualitas dan mampu memberikan pelayanan terbaik dengan penggunaan sumber daya seefisien dan seefektif mungkin. Namun, hal tersebut bukan hanya meraih kemenangan saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan pangan di Indonesia. Artinya, bagaimana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan pupuk non subsidi dan pupuk bersubsidi. Wilayah pemasaran pupuk non subsidi bersifat bebas dan disesuaikan dengan permintaan pelanggan dari pupuk bersubsidi yang telah diatur sesuai peraturan perundang-undangan, yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomer 17/M-DAG/PER/6/2011 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian.

Perusahaan yang maju adalah perusahaan yang mampu mengidentifikasi perubahan dan perkembangan zaman. Perkembangan zaman telah menuntut PT. Pupuk KALTIM untuk menghadapi tantangan ekonomi global yang semakin kompetitif, yaitu sebagian besar masyarakat di dunia telah beralih ke *e-commerce* daripada ke toko-toko retail. Oleh karena itu, PT. Pupuk KALTIM sebagai perusahaan produsen pupuk terbesar di Indonesia tidak akan ketinggalan dalam menerapkan *e-commerce*.

Berdasarkan uraian, penulis mengambil bidang pemasaran pupuk non subsidi dengan judul laporan PKN adalah **“PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK (NITROGEN, PHOSPAT, DAN KALIUM) PELANGI BERBASIS E-COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA”**.

## **1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata**

### **1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata**

Tujuan kegiatan PKN pada dasarnya adalah untuk mengenalkan budaya kerja di suatu perusahaan kepada mahasiswa. Adapun tujuan kegiatan PKN di PT. Pupuk Kalimantan Timur, antara lain:

- a. Untuk mengetahui dan memahami secara langsung mengenai kegiatan administrasi PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya.
- b. Untuk membantu pelaksanaan kegiatan administrasi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya

### **1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata**

Memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman kerja tentang pelaksanaan kegiatan administrasi PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya.

## **1.3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata Di Perusahaan**

### **1.3.1 Objek Praktek Kerja Nyata**

Kegiatan Praktek Kerja Nyata dilaksanakan pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya di jalan Genteng Kali no. 55-57 Surabaya. Kegiatan PKN mulai dilakukan pada tanggal 7 Januari – 20 Februari 2019.

### **1.3.2 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata**

Waktu kegiatan Praktek Kerja Nyata dilakukan selama 45 hari sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Adapun jadwal pelaksanaan Praktek Kerja Nyata disesuaikan dengan jam kerja PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya, yaitu:

Senin s/d Jum'at : Pukul 08.00 s/d 16.00 WIB

Istirahat : Pukul 12.00 s/d 13.00 WIB

Sabtu s/d Minggu : Libur



### 1.3.3 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Jadwal kegiatan Praktek Kerja Nyata disesuaikan dengan jadwal kerja PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya. Jadwal kegiatan Praktek Kerja Nyata lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata

No.	Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Minggu ke-						
		1	2	3	4	5	6	7
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Pengurusan surat izin PKN, pengenalan tempat/adaptasi, penjelasan pemasaran pupuk non subsidi, menata dokumen Berita Acara Hasil Verifikasi dan Validasi Pupuk Bersubsidi, mengoreksi dan memasukkan data kebutuhan pupuk urea bersubsidi	X						
2	Bimbingan dosen pembimbing tentang pemasaran non subsidi, pengoreksian, penyusunan dan memasukkan data dokumen Berita Acara Hasil Verifikasi dan Validasi Pupuk Bersubsidi.		X					
3	Membereskan berbagai dokumen penjualan, memeriksa dan memasukkan data laporan biaya Agustus s/d Desember 2018.			X				
4	Mempelajari pemasaran pupuk non subsidi, pembelian pupuk NPK Pelangi, dan membuat <i>power point</i> pemasaran non subsidi pupuk NPK Pelangi.				X			
5	Menstempel dokumen Berita Acara Hasil Panen Program Peningkatan Produksi Pangan dan memasukkan data Laporan Perkembangan Kegiatan Program Peningkatan Produksi Pangan PT. Pupuk KALTIM.					X		
6	Merekap dokumen penjualan dan keuangan						X	
7	Mengklasifikasikan dan merekap dokumen penjualan dan keuangan.							X
8	Pengumpulan data dan penyusunan laporan PKN	X	X	X	X	X	X	X

Sumber: PT. Pupuk KALTIM Cabang Surabaya (2019)



## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Manajemen Pemasaran

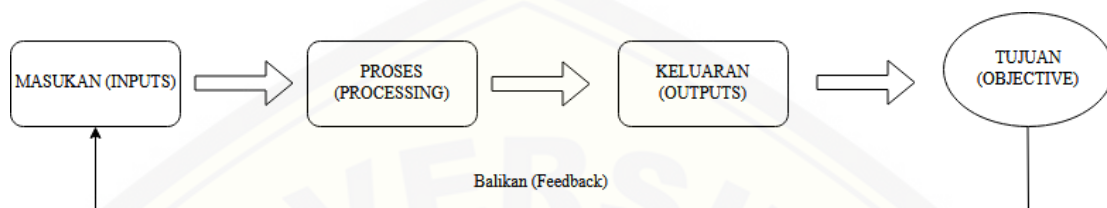
##### 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran suatu perusahaan tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya manajemen suatu perusahaan. Manajemen memiliki peran penting untuk mengetahui ke arah mana tujuan perusahaan tercapai melalui perencanaan, peorganisasian, pengarahan, dan pengendalian di suatu bidang tertentu. Kegiatan pemasaran tidak hanya sekedar mencari keuntungan suatu perusahaan, melainkan menjalin relasi kepada konsumen atau masyarakat dengan baik. Relasi tersebut memberikan dampak secara tidak langsung kepada perusahaan, yaitu memberikan kesan baik kepada perusahaan. Kesan yang baik akan berdampak kepada penggambaran produk suatu perusahaan yang baik pula sehingga mampu menjaring konsumen secara tidak langsung.

Manajemen pemasaran adalah sebuah proses yang dilakukan oleh perusahaan atau individu dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Pengertian tersebut mempunyai beberapa implikasi (Manap, 2016:80), antara lain:

1. Adanya penekanan efektivitas dan efisiensi. Efektivitas adalah hasil yang ingin dicapai dan telah ditentukan oleh suatu perusahaan harus dimaksimalkan semaksimal mungkin, sedangkan efisiensi adalah berbagai pengeluaran perusahaan untuk mencapai hasil tersebut harus diminimalkan seminimal mungkin.
2. Adanya penggambaran bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses. Artinya, proses tersebut berhubungan produktivitas. Produktivitas adalah korelasi antara efisiensi dan efektivitas. Apabila seseorang ingin menentukan produktivitas maka harus mengetahui hasil yang ingin dicapai. Oleh karena itu, diperlukan

penggunaan berbagai sumber seefisien mungkin sehingga mampu mendapatkan hasil yang maksimal mungkin. Penjelasan manajemen adalah suatu proses dapat dilihat di pendekatan sistem (gambar 2.1).



Gambar 2.1 Pendekatan Sistem Pemasaran  
Sumber: Manap, 2016: 80.

Masukan (*inputs*) menunjang keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran melalui misalnya informasi kegiatan lapangan dari barang X harganya lebih tinggi dari saingan sehingga kurang laku dipasarkan. Informasi tersebut kemudian diproses dengan menganalisis berbagai informasi tersebut sehingga muncul keluaran (*output*), yaitu keputusan kebijaksanaan perusahaan. Kemudian, hasil pelaksanaan yang telah dijalankan pada keputusan tersebut dapat dilakukan *feedback* untuk memperbaiki kebijaksanaan tersebut. Dengan demikian, manajemen pemasaran tidak terlepas dari pendekatan sistem tersebut sebagai suatu proses pemasaran di suatu perusahaan.

### 2.1.2 Tugas Manajemen Pemasaran

Kotler & Keller (2014: 29) tugas manajemen pemasaran terbagi menjadi 8, yaitu:

1. Mengembangkan strategi dan rencana pemasaran
2. Menangkap Pemahaman atau gagasan pemasaran
3. Berhubungan dengan pelanggan
4. Membangun merek yang kuat
5. Membentuk penawaran pasar
6. Menghantarkan nilai
7. Mengomunikasikan nilai

## 8. Menciptakan pertumbuhan jangka panjang

Manap (2016: 86) tugas manajemen pemasaran tidak terlepas dari fungsi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Fungsi pertama (*planning*) pemasaran berupa perencanaan 4P (*product, price, place*, dan *promotion*) bagi perusahaan manufaktur atau produk dan 7P (*product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*) bagi perusahaan jasa. Fungsi ke-2 (*organizing*) dapat dilihat dari bagaimana koordinasi perusahaan apakah sudah memiliki organisasi yang jelas dan efisien atau belum. Fungsi ke tiga (*actuating*) meliputi bagaimana cara melaksanakan pekerjaan, ke mana harus pergi, penetapan gaji, honor, dan sebagainya harus jelas. Fungsi terakhir (*controlling*) di pemasaran adalah diperlukan pengawasan atau pengontrolan dari setiap pekerjaan perusahaan dan mampu meminimalisir kesalahan yang kemungkinan terjadi.

### 2.1.3 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran memberikan kemudahan dalam penyampaian informasi barang kepada konsumen. Manap (2016: 24) membagi fungsi pemasaran menjadi 10, yaitu:

#### 1. Fungsi Perencanaan Barang (*Merchandising Function*)

Dalam rangka memperoleh peluang pasar yang tepat, dapat menarik perhatian konsumen, barang atau jasa yang dipasarkan tepat sasaran, dan sebagainya diperlukan perencanaan barang.

#### 2. Fungsi Pembelian (*Buying Function*)

Fungsi pembelian menyangkut pencarian berbagai bahan dan peluang bisnis yang nantinya akan diminati oleh kebutuhan pasar atau selera konsumen di kemudian hari.

#### 3. Fungsi Penjualan (*Selling Function*)

Fungsi penjualan menyangkut cara-cara perusahaan mempengaruhi calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan pencarian sumber pendapatan yang efektif dan efisien demi keuntungan perusahaan.

#### 4. Standarisasi dan *Grading*

Standarisasi adalah usaha perusahaan dalam rangka menetapkan kualitas, ukuran, jumlah, dan hal-hal yang dianggap penting oleh perusahaan pada suatu produk atau jasa, sedangkan *grading* adalah pemilihan berbagai barang yang telah di standarisasi untuk digabungkan ke dalam beberapa *grade* (mutu) tertentu.

#### 5. Fungsi Penyimpanan (*Storage Function*)

Fungsi penyimpanan dapat menjaga dan meningkatkan mutu dari barang – barang yang disimpan.

#### 6. Fungsi Pengangkutan (*Transport Function*)

Fungsi pengangkutan menciptakan kegunaan tempat karena terdapat proses pemindahan berbagai tempat.

#### 7. Fungsi Pembelian (*Financing Function*)

Fungsi pembelian melibatkan penggunaan modal berupa uang dan sebagainya untuk mengalirkan arus barang atau jasa dengan efektif dan efisien.

#### 8. Fungsi Kemasan (*Packing Function*)

Fungsi kemasan mencakup kegiatan pengembangan dan perencanaan desain grafis suatu produk yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

#### 9. Fungsi Komunikasi (*Communication Function*)

Fungsi komunikasi menggambarkan tentang bagaimana perusahaan menjalin kelancaran hubungan di luar perusahaan.

#### 10. Fungsi Pengurangan Resiko (*Risk Bearing Function*)

Fungsi ini melibatkan cara-cara perusahaan untuk mengurangi berbagai resiko yang kemungkinan akan terjadi seperti pencurian dan sebagainya.

### 2.1.4 Konsep Pemasaran

Kotler & Keller (2014: 49) menuliskan beberapa konsep yang berhubungan dengan konsep pemasaran, antara lain:

#### 1. Konsep Produksi

Konsep yang menggambarkan mengenai rasa suka atau minat konsumen terhadap jumlah produk yang tersedia sangat banyak dan harganya murah.

## 2. Konsep Produk

Konsep yang menyatakan bahwa kualitas, kinerja, fitur inovatif, dan berbagai keunggulan yang melekat atau ditawarkan pada produk menjadi titik perhatian konsumen.

## 3. Konsep Penjualan

Konsep yang berpendapat bahwa perusahaan harus melakukan upaya penjualan dan promosi secara besar-besaran, yaitu mendapatkan keuntungan dengan menjual lebih banyak barang ke lebih banyak orang secara lebih sering dengan asumsi jika konsumen terbujuk, konsumen tersebut akan menyukai produk tersebut yang dijual.

## 4. Konsep Pemasaran

Konsep yang berfokus pada penciptaan, pengantaran, dan pengomunikasian nilai pelanggan ke arah lebih baik daripada pesaing kepada pasar sasaran yang telah dipilih.

## 5. Konsep Pemasaran Holistik

Konsep yang didasarkan pada keluasan dan saling ketergantungan terhadap berbagai aktivitas, proses, pengembangan, desain, dan pengimplementasian program pemasaran.

### 2.1.5 Pendekatan Pemasaran

Pendekatan pemasaran mampu menggambarkan bagaimana hubungan timbal balik antara produsen dengan konsumen. Manap (2016:27) pendekatan pemasaran terbagi menjadi 3, yaitu pendekatan serba lembaga, serba fungsi, dan serba barang.

#### 1. Pendekatan Serba Lembaga (*Institutional Approach*)

Pendekatan serba lembaga adalah suatu pendekatan pemasaran yang melibatkan berbagai perantara dalam suatu lembaga yang mengantarkan barang dari produsen



ke konsumen. Lembaga umum terdiri dari pedagang eceran (eceran kecil dan besar) dan pedagang besar.

## 2. Pendekatan Serba Fungsi (*Functional Approach*)

Pendekatan serba fungsi adalah suatu pendekatan pemasaran yang melibatkan fungsi-fungsi pemasaran dalam rangka memperlancar proses pemindahan barang dari produsen ke konsumen yang terdiri atas:

### a. Gerakan Kepemilikan

Gerakan kepemilikan melibatkan pembelian dan penjualan demi menciptakan kegunaan milik yang melibatkan beberapa unsur, yaitu:

- 1) Menentukan kebutuhan
- 2) Menciptakan dan mendorong permintaan
- 3) Menentukan penjual dan pembeli
- 4) Perjanjian harga dan cara penyerahan
- 5) Menyesuaikan barang dan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen
- 6) Standarisasi
- 7) Pemindahan milik

### b. Pergerakan Barang

Pergerakan barang menciptakan utilitas tempat dan waktu yang terdiri atas:

- 1) Pengangkutan
- 2) Penyimpanan
- 3) Pengepakan
- 4) Pembagian
- 5) Peningkatan mutu
- 6) Pesanan (*order*)

### c. Manajemen Pasar

Manajemen pasar meliputi beberapa kegiatan, antara lain:

- a) Memformalisasikan kebijaksanaan
- b) Menyiapkan organisasi
- c) Menyiapkan peralatan



d) Pengawasan

e) Permodalan

f) Resiko

g) Pencarian informasi

### 3. Pendekatan Serba Barang (*Commodity Approach*)

Pendekatan serba barang adalah suatu pendekatan pemasaran yang menyelidiki barang yang dikirim dari produsen kepada konsumen dan dapat mengetahui berbagai keterangan latar belakang produksi teknis, informasi barang, dan lembaga yang menyertainya baik secara langsung maupun tidak langsung.

## 2.2 Strategi

### 2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan unsur yang selalu melekat dalam mengambil suatu kebijakan. Tanpa adanya strategi, tujuan perusahaan tidak akan tercapai. Tjiptono (2017:2) mengemukakan berbagai definisi strategi, diantaranya:

1. Rencana organisasional utama untuk tindakan dalam rangka mencapai tujuan organisasi pokok
2. Arahan umum menyangkut cara pencapaian tujuan
3. Koordinasi tujuan dan tindakan utama perusahaan baik yang direncanakan maupun aktual dalam waktu dan ruang tertentu, yang secara berkesinambungan menyelaraskan perusahaan dan lingkungannya.
4. Komitmen dan tindakan terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti dan meraih keunggulan kompetitif
5. Penciptaan posisi yang unik dan bernilai serta melibatkan berbagai rangkaian aktivitas.

### 2.2.2 Perbedaan Strategi dan Taktik

Manap (2016:90) menyatakan bahwa strategi adalah rencana atau pandangan keseluruhan dari bisnis, sedangkan taktik adalah penggerak dukungan atau implementasi dari strategi tersebut dalam rangka menjamin keberhasilan suatu

strategi pada bagian-bagain tertentu di dalam kegiatan bisnis. Dengan demikian, strategi tidak akan berjalan tanpa adanya taktik dan begitu pula sebaliknya.

## 2.3 E-Commerce

### 2.3.1 Pengertian E-Commerce

Ustadiyanto (2002: 135) berpendapat bahwa *e-commerce* adalah perdagangan yang menggunakan jejaringan internet melalui media elektronik. *E-Commerce* mengalami perkembangan pesat setiap tahun sehingga mulai banyak bermunculan toko-toko *online* di suatu situs. Penyebab *e-commerce* mengalami perkembangan pesat dikarenakan memiliki berbagai keunggulan, yaitu:

1. Adanya kemudahan dalam mengakses informasi suatu produk secara terus-menerus dan mampu menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa ada jarak yang membatasi.
2. Adanya pendorong kreativitas secara tepat dan cepat dari pihak penjual.
3. Adanya pendistribusian informasi secara periodik dari penjual
4. Mampu menciptakan transaksi jual beli yang murah, informatif, efektif, dan efisien
5. Adanyapelayanan jual beli yang cepat, akurat, dan aman sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 2.3.2 Strategi E-Commerce

Makmur (2018:1) strategi *e-commerce* secara umum dapat dilihat dari peistilahan *e-commerce*, yaitu B2B (*Business To Business*), B2C (*Business To Customer*), dan C2C (*Customer To Customer*).

#### 1. *Business To Business* (B2B)

Perdagangan online yang memiliki ketergantungan dan kepentingan bisnis yang satu dengan lainnya dalam suatu sistem yang terintegrasi sehingga memberikan ikatan yang jelas antara pihak yang satu dengan yang lain pada masa kerja kontrak tertentu. Pada umumnya, B2B dilakukan di kalangan industri yang mampu

memproduksi barang atau jasa dalam skala besar untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Salah satu contohnya adalah [.ralali.com](http://.ralali.com) .

#### 2. *Business To Customer* (B2C)

Perdagangan online yang memberikan interaksi antara produsen atau pemasok atau distributor dengan konsumen secara langsung tanpa adanya kontrak dalam waktu tertentu. Contohnya seperti [tokopedia.com](http://tokopedia.com) dan [bukalapak.com](http://bukalapak.com).

#### 3. *Consumen To Business* (C2B)

Perdagangan online yang didasarkan atas permintaan khusus dari konsumen kepada produsen. Contohnya seperti [sribulancer.co.id](http://sribulancer.co.id) dan [projects.co.id](http://projects.co.id)

#### 2.3.3 Sistem Belanja *E-Commerce*

Transaksi belanja di *e-commerce* memiliki berbagai sistem, yaitu sistem belanja dengan *order form*, kereta dorong, *e-mail*, dan telepon (Andi, 2002: 59).

##### 1. Sistem Belanja Dengan *Order Form*

Sistem yang memungkinkan tersedianya katalog atau daftar barang yang dijual disertai dengan dekripsi produk tersebut.

##### 2. Sistem Belanja Dengan Kereta Dorong

Sistem yang mampu memberikan penyediaan kereta dorong (*shopping cart*) untuk tempat peletakkan *item-item* yang dipilih oleh konsumen dari suatu toko *online* dan melakukan *check out* saat mau membeli *item-item* tersebut.

##### 3. Sistem Belanja Dengan *E-Mail*

Sistem yang mengharuskan konsumen mempunyai alamat *e-mail* dengan menuliskan nama produk, jumlah produk, alamat pengiriman, dan informasi *credit card* yang akan dikirim ke alamat *e-mail* toko (*merchant*). Jika pembelian pada sistem ini berhasil, konsumen akan mendapatkan konfirmasi pengesahan dan menunggu produk sampai di tujuan.

##### 4. Sistem Belanja Dengan Telepon

Sistem yang memungkinkan konsumen memasan suatu produk dengan menghubungi suatu toko dan melakukan pembayaran dengan mentransfer ke

rekening bank toko tersebut. Jika barang telah sampai kepada konsumen, diharuskan untuk menghubungi kembali toko tersebut sebagai konfirmasi produk telah diterima.



## BAB 3

### GAMBARAN UMUM OBJEK PRAKTEK KERJA NYATA

#### 3.1 Sejarah PT. Pupuk Kalimantan Timur

PT. Pupuk Kalimantan Timur merupakan anak perusahaan PT. Pupuk Indonesia dan telah memegang sebagian besar saham milik PT. Pupuk Kalimantan Timur sebesar 99,9 %. Sedangkan untuk 0,01% saham dipegang oleh Yayasan Kesejahteraan Hari Tua Pupuk Kaltim. Tujuan dibentuknya PT. Pupuk Kalimantan Timur adalah melakukan usaha di bidang perdagangan, industri, dan jasa di bidang petrokimia, pemupukan, agrokimia, agroindustri, dan kimia lainnya serta memanfaatkan sumber daya perusahaan agar memiliki daya saing tinggi dan menghasikan produk yang bermutu tinggi. PT. Pupuk Kalimantan Timur merupakan industri urea terbesar di Indonesia. Bisnis utama PT. Pupuk Kalimantan Timur adalah memproduksi dan menjual urea, NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium), dan amoniak dengan segment pasar dalam negeri atau luar negeri.

PT. Pupuk Kalimantan Timur didirikan pada tahun 7 Desember 1977. Proyek PT. Pupuk Kalimantan Timur pada awalnya dikelola oleh perusahaan minyak pertamina. Hal ini dilatarbelakangi karena adanya penunjukkan langsung dari pemerintah kepada pertamina atas proyek pembangunan pabrik di atas kapal guna memudahkan eksplorasi bahan baku gas. Namun, proyek pembangunan pabrik tersebut dialihkan dari laut ke darat karena pertimbangan teknis. Proyek tersebut ditangani oleh Menteri Perdagangan yang dibantu oleh Dirjen Industri Kimia Departemen Perindustrian dan Direktur Pengelolaan dan Petrokima Pertamina sesuai dengan Keputusan Presiden Nomer 43 Tahun 1975 tanggal 29 November 1975. Setelah itu, munculnya penugasan dari pemerintah kepada Menteri Perindustrian untuk menyelesaikan proyek pembangunan tersebut sesuai dengan Keputusan Presiden Nomer 39 Tahun 1976 tanggal 29 Agustus 1976.



Adanya penemuan sumber gas alam di Muara Badak seluar 443 ha sebagai bahan baku utama pembuatan pupuk membuat PT. Pupuk Kalimantan Timur membangun pabrik 1 dan pabrik 2. Pabrik 1 didirikan pada tahun 1979 yang kemudian disusul dengan pembangunan pabrik 2 pada tahun 1982. Ke-2 pabrik tersebut diresmikan bersamaan oleh presiden soeharto pada 29 Oktober 1984. Setelah 7 tahun pembangunan pabrik 2, PT. Pupuk Kalimantan Timur membangun pabrik 3 yang diresmikan pada 4 April 1989. Pada tahun 1999, didirikan pabrik urea granul pertama di Indonesia, yaitu POPKA. POPKA merupakan pabrik urea granul dengan proyek optimasi pabrik memanfaatkan sisa atau excess amoniak dari pabrik yang ada. Pada tahun 2002, munculnya pabrik 4 yang memiliki teknologi tinggi dan mampu menghemat energi dalam memproduksi urea granul.

Pabrik 1 merupakan pabrik yang diprioritaskan utama oleh PT. Pupuk Kalimantan Timur untuk menunjang program revitalisasi karena keberadaan PT. Pupuk Kalimantan Timur sudah lebih dari 30 tahun. Pada tahun 2011, PT. Pupuk Kalimantan Timur menjalankan program Revitalisasi Industri Pupuk sesuai Instruksi Presiden RI Nomer 2 Tahun 2010 melalui pembangunan proyek pabrik 5 sebagai realisasi pertama. Program tersebut bertujuan menambahkan kapasitas produksi urea dan amoniak. Pada tahun 2013, PT. Pupuk Kalimantan Timur mengoperasikan Boiler Batu Bara dan mengambialihan pabrik Amoniak dari PT. Kaltim Pasifik Amoniak (KPA) melalui program Proses Transfer Aset yang dilakukan di Jakarta pada tanggal 13 Maret 2014. Pengoperasian pabrik eks KPA pada saat ini bergabung dengan POPKA di bawah satu koordinasi Kepala Unit Kerja, yaitu Pabrik 1A.

Peresmian pabrik 5 dilakukan pada tanggal 15 November 2015 oleh Presiden RI Joko Widodo yang menyebabkan PT. Pupuk Kalimantan Timur memiliki kesempatan untuk memiliki kapasitas produksi pabrik Urea sebesar 3,435 juta ton pertahun dan pabrik Amoniak sebesar 2,740 juta pertahun. Pada saat ini, PT. Pupuk Kalimantan Timur sudah memiliki 5 pabrik Urea, 5 pabrik Amoniak, 3 pabrik NPK *Blending*, 1 pabrik NPK *Fusion*, dan 1 pabrik Boiler Batu Bara. Munculnya surat Direktur Utama PT. Pupuk Indonesia (Persero) Nomer U-1308/A00000.UM/2012



tentang Penugasan Wilayah Tanggung Jawab Pengadaan Dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian pada tanggal 8 Oktober 2012 sebagai kelancaran pendistribusian dan pemasaran pupuk subsidi di Indonesia membuat adanya penetapan wilayah pemasaran PT. Pupuk Kalimantan Timur menjadi 2/3 wilayah Indonesia, yaitu kawasan Timur Indonesia hingga Papua dan sebagian besar Jawa Timur dan Kalimantan kecuali KALBAR. Dalam rangka mengawasi kegiatan pemasaran dan pendistribusian pupuk subsidi sesuai dengan wilayah pemasaran pupuk subsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur membuat PT. Pupuk Kalimantan Timur mendirikan berbagai alamat kantor pemasaran baik PSO maupun non PSO.

### 3.1.1 Makna Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur

Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur mengalami perubahan pada tahun 2005 sesuai Surat Keputusan Direktur Utama Nomer 36/DIR/VI.2005 tentang penetapan logo atau lambang PT. Pupuk Kalimantan Timur.



Gambar 3.1 Logo baru PT. Pupuk Kalimantan Timur  
Sumber: [www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)

1. Segi lima melambangkan Pancasila merupakan landasan idiil perusahaan
2. Daun dan buah melambangkan kesuburan dan kemakmuran
3. Lingkaran putih kecil adalah letak Bontang dekat khatulistiwa
4. Tulisan PUPUK KALTIM melambangkan keterbukaan perusahaan memasuki era globalisasi
5. Warna jingga melambangkan semangat sikap kreativitas membangun dan sikap professional dalam mencapai kesuksesan usaha

6. Warna biru melambangkan keluasasn wawasan nusantara dan semangat integritas untuk membangun bersama serta kebijaksanaan dalam memanfaatkan sumber daya alam

### 3.1.2 Visi, Misi, Budaya dan Nilai-Nilai Perusahaan Pupuk Kalimantan Timur

Visi, misi, budaya, dan nilai-nilai perusahaan Pupuk Kalimantan Timur telah ditetapkan melalui Surat Keputusan Nomor 19/DIR/III.16 tentang Pembaharuan Surat Keputusan Direksi Nomor 52/DIR/X.2015 tentang Visi, Misi, Budaya, dan Nilai-Nilai PT. Pupuk Kalimantan Timur.

#### 1. Visi

Menjadi perusahaan di bidang industri pupuk, kimia, dan agribisnis kelas dunia yang tumbuh dan berkelanjutan

#### 2. Misi

- a. Menjalankan bisnis produk-produk pupuk, kimia, serta portofolio investasi di bidang kimia, agro, *energy*, *trading*, dan jasa pelayanan pabrik yang berdaya saing tinggi
- b. Mengoptimalkan nilai-nilai perusahaan melalui bisnis inti dan pengembangan bisnis baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan menunjang program Kedaulatan Pangan Nasional
- c. Mengoptimalkan utilisasi sumber daya di lingkungan sekitar maupun pasar global yang didukung oleh SDM yang berkualitas internasional dengan menerapkan teknologi terdepan
- d. Memberikan manfaat yang optimum bagi pemegang saham, karyawan, dan masyarakat serta peduli pada lingkungan

#### 3. Budaya, dan nilai-nilai perusahaan

Dalam rangka mencapai kinerja perusahaan yang optimal, PT. Pupuk Kalimantan Timur telah mengimplementasikan budaya ACTIVE, yaitu:

- a. Berorientasi pada pencapaian (*Achievement Oriented*)

Insan Pupuk KALTIM tangguh dan professional dalam mencapai sasaran perusahaan dengan menegakkan nilai-nilai tangguh dan professional.

b. Fokus pada pelanggan (*Customer Focus*)

Insan Pupuk KALTIM memberikan pelayanan terbaik dan berkomitmen pada kepuasan pelanggan dengan memperhatikan nilai-nilai perhatian dan komitmen.

c. Kebersamaan (*Teamwork*)

Insan Pupuk KALTIM menjalin sinergi dan bersatu dalam bekerja dengan mengutamakan nilai-nilai sinergi dan bersatu.

d. Integritas (*Integrity*)

Insan Pupuk KALTIM menjunjung tinggi kejujuran dan bertanggung jawab dengan menjunjung nilai-nilai jujur dan tanggung jawab.

e. Visioner (*Visionery*)

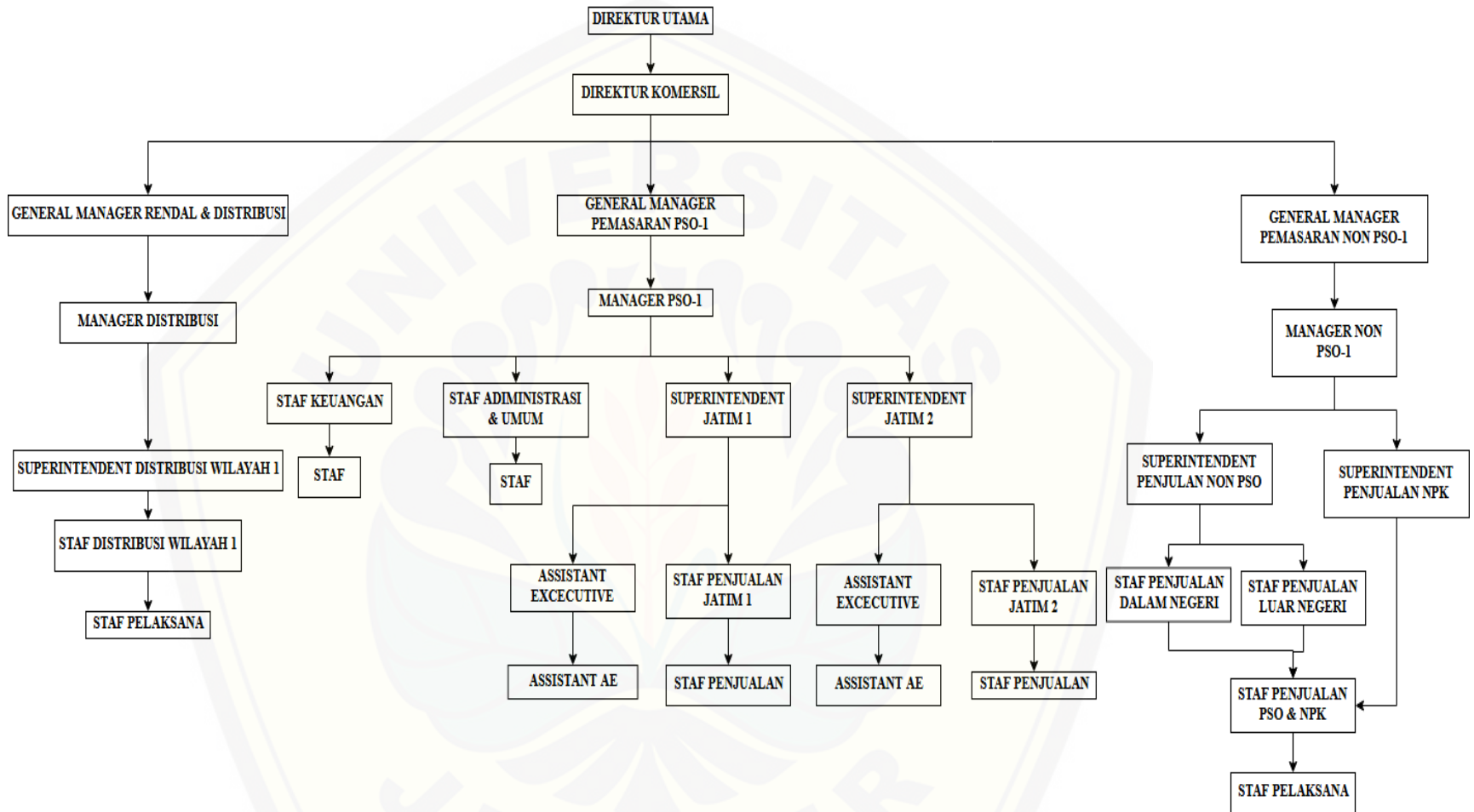
Insan Pupuk KALTIM berpikir jauh ke depan dan siap menghadapi perubahan dinamika usaha dengan memperhatikan nilai-nilai inovatif dan adaptif.

f. Ramah lingkungan (*Environmentally Friendly*)

Insan Pupuk KALTIM selalu bertindak aman bagi keselamatan dirinya, aset perusahaan dan lingkungan hidup serta memberi manfaat bagi masyarakat luas untuk keberlanjutan perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai aman dan keberlanjutan

### 3.2 Struktur Organisasi

Semua perusahaan memiliki struktur organisasi beraneka ragam. Struktur organisasi perusahaan pupuk KALTIM berjenis organisasi lini dan staf.



Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya  
 Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

Organisasi lini dan staf tersebut memungkinkan terjadinya pelimpahan tanggung jawab secara vertical dari atasan sampai bawahan sehingga adanya pembagian tugas di masing-masing tingkat. Pembagian tugas di masing-masing tingkat, yaitu:

1. Direktur Komersil

- a. Menemukan peluang yang baru dan mengembangkan suatu strategi demi keberhasilan pengembangan perusahaan
- b. Melaksanakan perintah perusahaan dengan menjalankan tugas kedinasan lain
- c. Merumuskan bahan kebijakan kepada atasan melalui penyampaian saran pertimbangan
- d. Mengukur waktu dan kinerja perusahaan
- e. Memastikan penggunaan semua sumber daya perusahaan efisien
- f. Memastikan kinerja perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan
- g. Mengawasi kinerja *general manager*
- h. Bertanggung jawab kepada direktur utama

2. Direktur Utama

- a. Merencanakan pengembangan perusahaan
- b. Mengelolah sumber-sumber pendapatan atau kekayaan perusahaan demi keberlangsungan perusahaan
- c. Memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan misi dan visinya
- d. Mengadakan perjanjian atau kontrak kerja dengan pihak lain di luar perusahaan
- e. Memastikan hubungan dengan pihak lain di luar perusahaan berjalan dengan baik

3. *General Manager* Randal Dan Distribusi

- a. Merencanakan dan mengendalikan kegiatan distribusi perusahaan
- b. Membuat strategi distribusi yang menguntungkan perusahaan
- c. Memastikan kegiatan distribusi berjalan sesuai dengan misi dan visi perusahaan ataupun peraturan perundang-undangan
- d. Membuat berbagai rencana alternatif terkait pelaksanaan distribusi
- e. Mengawasi kinerja manajer distribusi

4. *Manager* Distribusi



- a. Melaksanakan perintah *general manager* rental dan distribusi
  - b. Mengawasi kinerja *superintendent* distribusi wilayah 1
  - c. Memastikan dan mengawaaasi proses penyimpanan barang dari gudang berjalan efektif
  - d. Merumuskan strategi proses arus barang dari gudang supaya berjalan dengan efektif dan efisien
  - e. Mengelola dan membuat kebijakan pelaksanaan disribusi wilayah 1 demi tercapainya kinerja yang efektif dan efisien dengan biaya operasional yang rendah
5. *Superintendent* Distribusi Wilayah 1
- a. Melaksanakan perintah atau kebijakan *manager* distribusi
  - b. Bertanggung jawab kepada staf distribusi wilayah 1
  - c. Melaporkan kepada bagian *engineering* mengenai volume pekerjaan yang dilakukan oleh kepala gudang
  - d. Melakukan sosialisasi kepada kepala gudang mengenai spesifikasi produk dan pembagian kerja
  - e. Mengendalikan dan mengawasi kegiatan distribusi wilayah 1 JATIM antara lain : Kab. Banyuwangi, Kab. Blitar, Kab. Bondowoso, Kab. Jember, Kab. Lumajang, Kab. Malang, Kab. Pasuruan, Kab. Probolinggo, Kab. Sidoarjo, Kab. Situbondo, Kota Batu, Kota Blitar, Kota Malang, Kota Pasuruan, Kota Probolinggo, dan Kota Surabaya
  - f. Merumuskan target dan langkah-langkah pelaksanaan pekerjaan lapangan kepada kepala gudang yang kemudian diberikan kepada petugas gudang
  - g. Memastikan pekerjaan yang dilakukan oleh kepala gudang sesuai dengan standart yang telah ditentukan oleh perusahaan demi terjaganya kualitas pupuk
6. Staf Distribusi Wilayah 1
- a. Menyusun laporan harian semua gudang di program SAP (*System Application and Product*) baik gudang stok riil maupun stok fisik demi kelancaran pendistribusian dan ketersediaan pupuk.



- b. Memastikan pelaksanaan pembongkaran pupuk dari kapal atau TO (*Transfer Order*) sesuai dengan standart atau rencana pendistribusian pupuk
  - c. Menyusun SIK (Surat Instruksi Kerja) mengenai pembongkaran pupuk dari lini 2 ke lini 3.
  - d. Memastikan jumlah pupuk yang dibongkar oleh mitra kerja di pelabuhan sesuai dengan jumlah yang telah disepakati di SPJB
  - e. Memastikan kelancaran pendistribusian pupuk sampai ke lini 4 dengan mengawasi kelancaran pemuatan di gedung asal dan pembongkaran di gedung tujuan
  - f. Mengawasi ketersediaan pupuk di gudang baik gudang lini 2 maupun lini 3 di seluruh kabupaten atau kota melalui pengaturan mutasi stok pupuk dan pengadaan verifikasi administrasi
  - g. Mencatat jumlah pupuk di suatu gudang sebagai tolak ukur dalam memenuhi kebutuhan pupuk di suatu wilayah
  - h. Menyalurkan pupuk ke wilayah KP PSO 1 dan PSO 2 apabila diperlukan
  - i. Mengkoordinasi kepada kepala gudang untuk menjamin kelancaran pendistribusian untuk sampai ke lini 4
7. *General Manager Pemasaran PSO (Public Service Obligation)*
- a. Mengawasi kinerja *manager PSO*
  - b. Memeriksa setiap laporan *manager PSO*
  - c. Merumuskan strategi demi kelancaran alokasi dan realisasi pupuk subsidi
  - d. Mengendalikan dan mengawasi kegiatan pemasaran dan penjualan pupuk bersubsidi
  - e. Membuat laporan kinerja penjualan dan pemasaran pupuk bersubsidi untuk diserahkan kepada direktur komersil
8. *Manager PSO (Public Service Obligation)*
- a. Membuat kebijakan kepada staf keuangan, staf administrasi dan umum, dan *superintendent* demi kelancaran pemasaran dan penjualan pupuk bersubsidi
  - b. Mengevaluasi penjualan dan pemasaran pupuk bersubsidi

- c. Mengevaluasi dan mencari solusi mengenai hambatan yang mungkin terjadi terhadap penjualan dan pemasaran pupuk bersubsidi
- d. Memeriksa setiap laporan dari kepada staf keuangan, staf administrasi dan umum, dan *superintendent*
- e. Memastikan penjualan pupuk bersubsidi sesuai dengan peraturan perundang-undangan

#### 9. Staf Keuangan

- a. Mengatur, memeriksa, merekap, dan mengarsip bukti rekening pembayaran, nota, tagihan vendor, faktur pajak, rangkuman kas kecil, laporan AP/AR dan seluruh dokumen keuangan lainnya demi kelancaran keuangan perusahaan
- b. Memasukkan data ke format *exel* terkait dengan *voucher* pembayaran dan memo verifikasi pembayaran
- c. Mengarsip seluruh dokumen transaksi atau keuangan dengan memberikan suatu kode
- d. Membuat laporan bukti-bukti keuangan perusahaan
- e. Mengelolah pengeluaran dan pemasukkan kas perusahaan
- f. Membuat penjadwalan pembayaran tagihan-tagihan pihak luar supaya dapat dibayarkan sesuai dengan tanggal yang tertera
- g. Memastikan ada atau tidaknya catatan keuangan dan selisih jumlah barang di gudang melalui *stock opname* setiap akhir bulan
- h. Mengelolah anggaran perusahaan, administrasi keuangan karyawan, dan perpajakan perusahaan
- i. Mengawasi situasi keuangan perusahaan

#### 10. Staf Administrasi dan Umum

- a. Mengelolah, mencatat, dan memeriksa surat masuk dan keluar demi tercapainya kelancaran dalam pencarian surat
- b. Mengklasifikasikan surat berdasarkan jenis dan sifatnya
- c. Mengarsip surat sesuai dengan ketentuan perusahaan
- d. Membuat laporan hasil kinerja kepada atasan

e. Melakukan administrasi kepegawaian, keuangan, dan perlengkapan

11. *Superintendent JATIM*

a. Mengkoordinir tugas kepada staf penjualan JATIM

b. Mengawasi kinerja staf penjualan JATIM

c. Merumuskan kebijakan atau strategi demi kelancaran alokasi dan realisasi penjualan pupuk bersubsidi

d. Memeriksa berbagai laporan staf penjualan JATIM

e. Membuat langkah-langkah pekerjaan kepada staf penjualan JATIM demi tercapainya kinerja yang efektif dan efisien

f. Memberikan sosialisasi kepada staf penjualan JATIM mengenai kebijakan-kebijakan pupuk subsidi

12. Staf Penjualan *JATIM*

a. Melaksanakan tugas yang diberikan oleh *Superintendent JATIM*

b. Mengelolah dan mengawasi data dari laporan penjualan pupuk subsidi oleh staf penjualan

c. Memberikan perintah kepada staf penjualan demi kelancaran penjualan pupuk subsidi

d. Mengawasi penjualan pupuk bersubsidi di wilayah JATIM

13. Staf Penjualan

a. Melaksanakan perintah dari staf penjualan JATIM

b. Memastikan penjualan pupuk bersubsidi di suatu wilayah sesuai dengan RDKK dari kelompok tani

c. Menghubungi distributor pupuk subsidi apabila terdapat keanehan data penjualan pupuk bersubsidi

d. Merekap data penjualan pupuk bersubsidi sesuai dengan area pemasaran pupuk subsidi di PT. Pupuk Kalimantan Timur

e. Mengawasi setiap kios atau pengecer penjualan pupuk subsidi apakah sesuai dengan peraturan perundang-undangan mulai dari penetapan HET pupuk subsidi, pembelian pupuk subsidi, dan sebagainya.

14. *Assistant Executive*

- a. Mengawasi, mengamati, dan memastikan fungsi dan target penjualan tercapai
- b. Memastikan keperluan rapat internal maupun eksternal terpenuhi
- c. Membuat jadwal rapat internal atau eksternal perusahaan

15. *Assistant Account Executive*

- a. Menanggapi permintaan pelanggan
- b. Menyusun dan membuat catatan data pelanggan
- c. Menginformasikan suatu strategi kepada klien
- d. Melakukan pengembangan materi penjualan
- e. Melakukan sosialisasi atau presentasi kepada klien

16. *General Manager Pemasaran Non PSO (Public Service Obligation)*

- a. Mengembangkan, membuat, dan mengevaluasi strategi pemasaran pupuk non subsidi
- b. Memeriksa dan mengevaluasi laporan *Manager Non PSO*
- c. Mengawasi dan bertanggung jawab kepada *Manager Non PSO*
- d. Mengawasi kinerja pemasaran dan penjualan pupuk non subsidi
- e. Membuat laporan mengenai pemasaran dan penjualan pupuk non subsidi untuk diserahkan kepada direkur komersil

17. *Manager Non PSO (Public Service Obligation)*

- a. Mengawasi kinerja *Superintendent Penjualan Non PSO* dan *Superintendent Penjualan NPK*
- b. Memastikan penjualan pupuk non subsidi kepada distributor sesuai dengan SPJB
- c. Memeriksa laporan penjualan dan pemasaran *Superintendent Penjualan Non PSO* dan *Superintendent Penjualan NPK*
- d. Merumuskan suatu kebijakan dalam rangka menjamin kelancaran dan kemajuan penjualan dan pemasaran pupuk non subsidi
- e. Mencari solusi atas hambatan-hambatan pemasaran dan penjualan pupuk non subsidi yang dilaporkan oleh *Superintendent Penjualan Non PSO* dan *Superintendent Penjualan NPK*

18. *Superintendent* Penjualan Non PSO (*Public Service Obligation*)

- a. Melaksanakan perintah *Manager Non PSO*
- b. Memberikan presentasi atau sosialisasi kepada staf penjualan dalam negeri atau luar negeri
- c. Membuat panduan pekerjaan kepada staf penjualan dalam negeri atau luar negeri
- d. Memeriksa laporan kinerja staf penjualan dalam negeri atau luar negeri
- e. Mengawasi kinerja staf penjualan dalam negeri atau luar negeri supaya sesuai dengan target atau perumusan strategi yang telah dibuat

19. *Superintendent* Penjualan NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium)

- a. Membuat laporan mengenai penjualan dan pemasaran NPK
- b. Merencanakan, menganalisis, dan mengadakan rapat demi tercapainya penjualan dan pemasaran NPK sesuai dengan target yang diinginkan
- c. Menghubungi para staf penjualan PSO dan NPK apabila terjadi keganjilan data laporan
- d. Mengawasi dan mengontrol kinerja staf penjualan PSO dan NPK

20. Staf Penjualan Dalam Negeri

- a. Merekap, menganalisis, mengevaluasi, dan menindaklanjuti data penjualan pupuk non subsidi di dalam negeri
- b. Membuat laporan mengenai penjualan dan pemasaran pupuk non subsidi dalam negeri
- c. Memeriksa berbagai laporan yang dibuat oleh staf penjualan PSO dan NPK yang kemudian dapat dikorelasikan dengan penjualan pupuk non subsidi di dalam negeri untuk mengambil suatu kesimpulan

21. Staf Penjualan Luar Negeri

- a. Merekap, menganalisis, mengevaluasi, dan menindaklanjuti data penjualan pupuk non subsidi di luar negeri
- b. Membuat laporan mengenai penjualan dan pemasaran pupuk non subsidi luar negeri



- c. Menganalisis dan mengevaluasi berbagai rintangan dan resiko yang kemungkinan terjadi pada penjualan pupuk non subsidi luar negeri
  - d. Memeriksa berbagai laporan yang dibuat oleh staf penjualan PSO dan NPK
  - e. Merumuskan suatu kebijakan dalam rangka meningkatkan penjualan pupuk non subsidi luar negeri
22. Staf Penjualan PSO (*Public Service Obligation*) Dan NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium)
- a. Menjalin hubungan baik dengan para konsumen atau distributor pupuk non subsidi
  - b. Membuat laporan penjualan dan pemasaran pupuk non subsidi
  - c. Bertanggung jawab atas staf pelaksana
  - d. Menindaklanjuti pelanggaran yang dilakukan oleh staf pelaksana
  - e. Mengadakan sosialisasi terkait suatu kebijakan kepada staf pelaksana

### 3.3 Penerapan Kode Etik

Kode Etik pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya merupakan satu hal yang harus diperhatikan dalam rangka menata etika-etika karyawan dalam perusahaan. Kode etik pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya, yaitu:

1. Menjunjung tinggi integritas, kejujuran, dan etika bisnis dalam melaksanakan tugas dan memenuhi tanggung jawab profesinya
2. Menunjukkan loyalitas terhadap organisasi atau terhadap pihak yang dilayani. Namun, tidak boleh secara sadar terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dapat mendiskreditkan kegiatan pemasaran dan atau meyimang dari peraturan perusahaan atau perundang-undangan yang berlaku
3. Menahan diri dari kegiatan-kegiatan yang dapat menimbulkan konflik dengan kepentingan organisasinya atau kegiatan-kegiatan yang dapat menimbulkann prasangka yang meragukan kemampuannya untuk dapat melaksanakan tugas dan memenuhi tanggung jawab profesinya secara objektif
4. Senantiasa menerapkan prinsip kesetaraan dan kemitraan, menjunjung tinggi inddenpendensi dan objektivitas dalam melakukan transaksi dengan mitra kerjanya



5. Tidak boleh menerima imbalan dalam bentuk apapun dari karyawan atau mitra kerja organisasinya sehingga dapat mempengaruhi pertimbangan profesinya
6. Melaksanakan kegiatan pemasaran, promosi, dan periklanan secara jujur dan senantiasa mengungkapkan informasi-informasi yang benar
7. Bersikap hati-hati dan bijaksana dalam menggunakan informasi yang diperoleh dalam pelaksanaan tugasnya dan tidak boleh menggunakan informasi rahasia untuk mendapatkan keuntungan pribadi, secara melanggar hukum, atau yang dapat menimbulkan kerugian terhadap perusahaan
8. Dalam melaporkan hasil pekerjaannya, senantiasa mengungkapkan fakta-fakta yang benar dan langsung diketahuinya terutama jika fakta tersebut jika tidak diungkap dapat mendistorsi kinerja kegiatan pemasaran dan mitra kerjanya atau menutupi adanya praktik-praktik yang melanggar hukum
9. Senantiasa meningkatkan keahlian serta efektivitas dan kualitas pelaksanaan tugasnya melalui pendidikan professional berkelanjutan.

#### **3.4 Kegiatan Pokok PT. Pupuk Kalimantan Timur**

PT. Pupuk Kalimantan Timur merupakan produsen pupuk urea terbesar di Asia Tenggara dan anak dari perusahaan PT. Pupuk Indonesia. Kegiatan utama PT. Pupuk Kalimantan Timur tertuang pada Anggaran Dasar Nomer 25 tanggal 19 Januari 2011 pasal 3, yaitu:

##### **1. Industri**

Memproduksi bahan-bahan pokok dari bahan-bahan mentah tertentu untuk pembuatan pupuk, petrokimia, agrokimia, agroindustri, dan bahan kimia lainnya serta mengelola bahan pokok tersebut menjadi berbagai jenis pupuk dan hasil kimia lainnya beserta produk-produk turunannya.

##### **2. Perdagangan**

Menyelenggarakan kegiatan distribusi dan perdagangan baik dalam negeri maupun luar negeri dari produk-produk yang telah diproduksi dan produk lainnya yang berhubungan dengan perpupukkan, petrokimia, agrokimia, agroindustri, dan kimia

lainnya serta kegiatan impor barang berupa bahan baku, bahan penolong atau pembantu, peralatan produksi pupuk, dan bahan kimia lainnya.

### 3. Jasa

Melaksanakan studi pendidikan, penelitian, pengembangan, desain *engineering*, pengantongan (*Bagging Station*), konstruksi, manajemen, pabrikasi, perbaikan atau reparasi, pengoperasian pabrik, konsultasi kecuali di bidang hukum, dan jasa teknis lainnya dalam sektor industri pupuk, petrokimia, agrokimia, agroindustri, dan industri kimia lainnya serta jasa di bidang perkebunan dan pertanian.

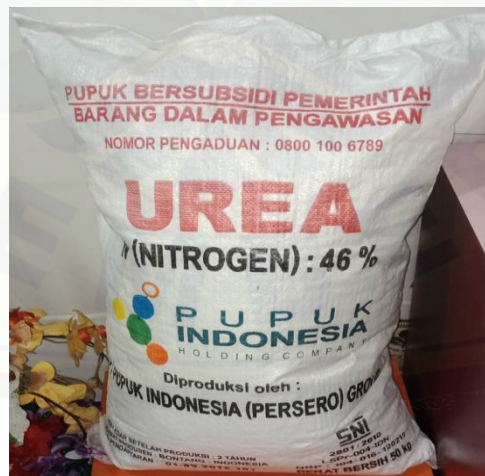
Dalam menunjang kegiatan tersebut terutama di bidang perdagangan dan pemasaran, PT. Pupuk Kalimantan Timur memberikan tugas dan wewenang di setiap kantor pemasaran PT. Pupuk Kalimantan Timur seperti kantor pemasaran pupuk KALTIM di Surabaya. Kegiatan-kegiatan pokok PT. Pupuk Kalimantan Timur cabang Surabaya adalah pemasaran dan penjualan pupuk subsidi dan non subsidi di wilayah JATIM. Kegiatan utama pemasaran dan penjualan pupuk subsidi adalah mengawasi penyaluran pupuk subsidi supaya tepat sasaran yang telah ditentukan di rencana dan alokasi setiap kabupaten atau kota di wilayah JATIM kepada para distributor pupuk subsidi yang kemudian kepada para pengecer, diantaranya: memeriksa setiap laporan bulanan distributor pupuk subsidi, memeriksa laporan berita acara hasil verifikasi dan validasi dokumen penyaluran pupuk bersubsidi tim pusat, dan memeriksa laporan berita acara rekapitulasi hasil verifikasi dan validasi dokumen penyaluran pupuk bersubsidi. Memastikan kebutuhan pupuk non subsidi para petani di wilayah JATIM melalui seberapa besar permintaan distributor pupuk non subsidi wilayah JATIM kepada PT. Pupuk Kalimantan Timur merupakan kegiatan utama pemasaran dan penjualan pupuk non subsidi perusahaan Pupuk KALTIM cabang Surabaya serta memastikan dan memeriksa laporan bulanan distributor pupuk non subsidi wilayah JATIM.

### 3.5 Jenis Pupuk PT. Pupuk Kalimantan Timur

PT. Pupuk Kalimantan Timur selain memproduksi dan memasarkan amoniak, juga memproduksi dan memasarkan berbagai pupuk dalam rangka memenuhi kebutuhan para petani atau kebutuhan pangan nasional. Pupuk yang diproduksi perusahaan pupuk KALTIM terbagi menjadi 3 jenis, yaitu pupuk subsidi, pupuk non subsidi, dan pupuk hayati. Pupuk subsidi bermerek dagang Pupuk Indonesia *Holding Company*, yaitu pupuk urea berkarung putih dan pupuk NPK Phonska. Pada pupuk non subsidi meliputi pupuk urea prill daun buah, pupuk urea granul daun buah, dan pupuk NPK pelangi atau NPK pelangi agro. Khusus pupuk *ecofert*, biotara, dan biodex merupakan pupuk hayati.

#### 3.5.1 Urea Pupuk Indonesia

Pupuk urea Pupuk Indonesia memiliki pembeda dengan pupuk urea non subsidi, yaitu pupuk berwarna pink dan harganya murah karena telah disubsidi oleh pemerintah. Pupuk ini dikhususkan untuk para petani-petani di kelas bawah sehingga dengan harganya yang murah membuat para petani di kelas bawah mampu untuk bertani dan berkebun. Penetapan murah nya harga pupuk ini tidak terlepas dari menjaga kebutuhan pangan nasional.



Gambar 3.3 Urea Pupuk Indonesia  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

### 3.5.2 NPK Phonska

Pupuk NPK phonska sama seperti pupuk urea Pupuk Indonesia, yaitu harganya murah dan dikhususkan kepada para petani kelas bawah. Pupuk ini juga sebagai komplementer dari pupuk urea pupuk Indonesia karena dalam penggunaan satu pupuk urea Pupuk Indonesia terhadap pertanian dan perkebunan tidaklah cukup. Oleh karena itu, kombinasi antara NPK phonska dan urea Pupuk Indonesia pada pertanian dan perkebunan memberikan hasil yang baik.



Gambar 3.4 NPK Phonska  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

### 3.5.3 Urea Granul Daun Buah

Pupuk urea granul daun buah berwarna putih dengan perlakuan anti *caking*, dikemas dalam karung 50 kg atau curah dan memiliki keunggulan yang lebih baik dari pupuk urea Pupuk Indonesia, yaitu:



1. Melepaskan unsur hara nitrogen relatif lebih lambat (*Slow Release*) sehingga dapat menyediakan unsur hara nitrogen dalam tanah untuk periode lebih lama dan lebih banyak yang dapat diserap oleh tanaman.
2. Sangat baik digunakan terhadap tanaman tahunan.
3. Memiliki tingkat kehilangan nitrogen akibat penguapan maupun pencucian yang lebih kecil.
4. Memiliki ukuran butiran lebih besar dan tidak mudah lengket sehingga memudahkan dalam aplikasi serta dapat disimpan lebih lama.
5. Dapat menghemat penggunaan pupuk dan biaya tenaga kerja



Gambar 3.5 Urea Granul Daun Buah  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

### 3.5.4 Urea Prill Daun Buah

Warna dan kemasan pupuk urea prill daun buah sama dengan pupuk urea granul daun buah. Perbedaan dari pupuk ini dengan pupuk urea granul daun buah adalah tingkat kehilangan unsur nitrogen pada pupuk urea prill daun buah lebih cepat daripada pupuk urea granul daun buah. Meskipun demikian, pupuk urea prill daun buah memiliki beberapa keunggulan yang dapat dilihat dari peranan unsur nitrogen yang dikandungnya, yaitu:

1. Meningkatkan pertumbuhan vegetative tanaman seperti tinggi tanaman, jumlah cabang, dan jumlah anakan.
2. Meningkatkan perkembangbiakan mikroorganisme di dalam tanah
3. Meningkatkan kualitas tanaman penghasil daun-daunan
4. Meningkatkan kadar protein di dalam tubuh tanaman
5. Membentuk zat hijau daun yang membuat daun tanaman berwarna lebih hijau
6. Menyehatkan pertumbuhan daun, batang, dan akar tanaman



Gambar 3.6 Urea Prill Daun Buah  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019



### 3.5.5 NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium) Pelangi

Pupuk NPK (Nitrogen, Phospat, dan Kalium) memiliki keunggulan lebih baik dari NPK phoska dan harganya lebih tinggi dari NPK phoska. Selain itu, presentasi NPK dilihat dari format 20-10-10, sedangkan format 12-12-17-12 ketambahan unsur magnesium. Perusahaan pupuk KALTIM dalam memproduksi pupuk NPK pelangi disesuaikan dengan permintaan karena penggunaan presentasi NPK setiap lahan atau tanah berbeda. Apabila terjadi salah penggunaan presentasi NPK menyebabkan gagal panen. Pupuk NPK yang diproduksi perusahaan pupuk KALTIM terbagi menjadi 2 jenis, yaitu *blending* dan *fusion*. *Blending* memiliki warna pupuk bermacam-macam dengan merek dagang NPK Pelangi, sedangkan *fusion* berwarna sejenis dengan merek dagang NPK Pelangi Agro dan NPK Phoska. Spesifikasi presentasi NPK meliputi 20-10-10 (padi, jagung, dan karet), 20-6-6 (padi), 20-19-15 (tebu), 16-16-16 (hortikultura), 15-15-15 (hortikultura), 27-6-10-2 (the), 15-15-6-4 (sawit tanaman belum menghasilkan), 12-12-17-2 (sawit tanaman menghasilkan), dan sebagainya.



Gambar 3.7 NPK Pelangi 20-10-10  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019



Gambar 3.8 NPK Pelangi Agro 15-15-15  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

#### 3.5.6 Ecofert

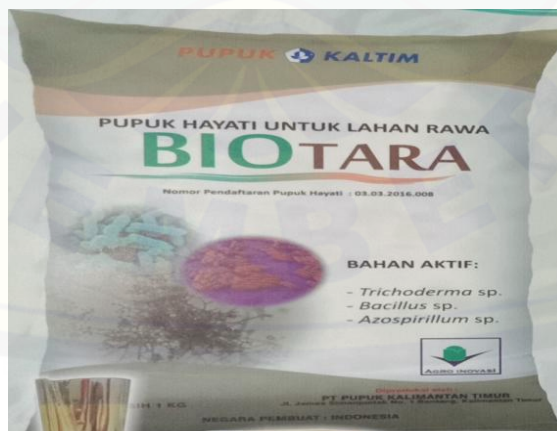
Pupuk ecofert merupakan pupuk hayati untuk perkebunan, tanaman pangan, dan hortikultura dengan bahan aktif mikroba fiksasi atau penambat nitrogen dan pelarut fosfat yang ramah lingkungan. Pupuk ecofert dikemas dengan ukuran 1 kg, 10 kg, 20 kg, dan 40 kg dengan berbentuk granul. Keunggulannya adalah meningkatkan tersedianya hara N dan P, memacu pertumbuhan tanaman, meningkatkan unsur hara tanah, dan menghemat pupuk NPK hingga 25% dari dosis standart.



Gambar 3.9 Ecofert  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

### 3.5.7 Biotara

Pupuk biotara merupakan pupuk hayati yang adaptif dengan tanah masam lahan rawa dan mampu meningkatkan produktivitas tanaman serta keberlanjutan sumber daya lahan. Pupuk ini berbentuk *powder* kehitaman yang dikemas 1 kg, 2,5 kg, 5 kg, 10 kg, dan 20 kg. Keunggulannya adalah dapat mengurangi pencemaran lingkungan, meningkatkan hasil padi di lahan rawa, menghemat pemupukkan NPK hingga 25% dari dosis standart lahan rawa, dan meningkatkan efisiensi pemupukkan N dan P.



Gambar 3.10 Biotara  
Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019

### 3.5.8 Biodex

Biodex adalah bioaktivator perombak bahan organik (BO) berbahan aktif kapang dan jamur unggul yang memiliki kemampuan selulolitik dan lignolitik dengan waktu relatif singkat. Pembuatan biodex melalui bahan aktif mikroba unggul baru yang diisolaasi dari berbagai sumber bahan yang mengandung lignin dan selulosa tinggi. Biodex berbentuk *powder* berwarna cokelat kehitaman yang dijual dalam kemasan 1 kg, 2,5 kg, 5 kg, dan 10 kg. Keunggulannya adalah tidak membutuhkan tambahan nutrisi, sesuai dengan limbah organik padat, tidak perlu dilakukan pembalikan, dan sesuai untuk daerah tropis.



Gambar 3.11 Biodex

Sumber: PT. Pupuk KALTIM Surabaya, 2019



## BAB 5

### KESIMPULAN

Kegiatan administrasi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Memverifikasi, memvalidasi, dan menyusun dokumen Berita Acara Hasil Verifikasi dan Validasi Pupuk Bersubsidi.
2. Memasukkan data Laporan Perkembangan Kegiatan Program Peningkatan Produksi Pangan PT. Pupuk KALTIM.
3. Memeriksa dan menyetempel dokumen Berita Acara Hasil Panen Program Peningkatan Produksi Pangan.
4. Memasukkan data Dokumen Memo Verifikasi Pembayaran.
5. Memeriksa dan memasukkan data transaksi perusahaan.
6. Mengklarifikasi dan merekap laporan penjualan dan laporan keuangan.



**DAFTAR PUSTAKA**

Andi. 2002. *Apa Dan Bagaimana E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.

Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Makmur, R. 2018. *Manajemen E-Commerce*. Bandung: Informatika Bandung.

Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Tjiptono, F. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.

Ustadiyanto, R. 2002. *Framework E-Commerce*. Cetakan II. Yogyakarta: Andi.

## LAMPIRAN

## A. Nilai Hasil PKN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto  
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (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	85	Sangat Baik
3.	Prestasi Kerja	85	Sangat Baik
4.	Kesopanan	90	Sangat Baik
5.	Tanggung Jawab	90	Sangat Baik

**IDENTITAS MAHASISWA :**

N a m a : Muhammad Raihan Rakha Firmansyah  
N I M : 160803101037  
Program Studi : Manajemen Perusahaan

**IDENTITAS PEMBERI NILAI :**

N a m a : Atik Dwi Purwardani  
Jabatan : Kompartemen PSO  
Institusi : P.T. Pupuk Kalimantan Timur cab. Surabaya

Tanda Tangan dan

  
**PUPUK KALTIM**

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

## B. Daftar Absensi PKN



DAFTAR ABSENSI KEHADIRAN PESERTA KERJA PRAKTEK  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
 JURUSAN D III MANAJEMEN PERUSAHAAN  
 UNIVERSITAS NEGERI JEMBER  
 2019



PUPUK KALTIM

Nama/NIM		Muhammad Raihan Rakha Firmansyah/160803101037			
No	Hari / Tanggal	Jam Masuk	Jam Keluar	Paraf Peserta	Keterangan
1	Senin, 7 Jan 2019	07.10	15.45	Raihan	
2	Selasa, 8 Jan 2019	08.00	15.45	Raihan	
3	Rabu, 9 Jan 2019	08.00	15.45	Raihan	
4	Kamis, 10 Jan 2019	08.00	16.00	Raihan	
5	Jumat, 11 Jan 2019	08.00	16.00	Raihan	
6	Senin, 14 Jan 2019	07.45	16.10	Raihan	
7	Selasa, 15 Jan 2019	08.00	16.16	Raihan	
8	Rabu, 16 Jan 2019	08.00	16.09	Raihan	
9	Kamis, 17 Jan 2019	08.00	15.50	Raihan	
10	Jumat, 18 Jan 2019	08.00	16.47	Raihan	
11	Senin, 21 Jan 2019	08.00	16.15	Raihan	
12	Selasa, 22 Jan 2019	08.00	16.15	Raihan	
13	Rabu, 23 Jan 2019	08.00	16.08	Raihan	
14	Kamis, 24 Jan 2019	08.00	16.24	Raihan	
15	Jumat, 25 Jan 2019	07.15	16.02	Raihan	
16	Senin, 28 Jan 2019	08.00	16.05	Raihan	
17	Selasa, 29 Jan 2019	07.58	16.05	Raihan	
18	Rabu, 30 Jan 2019	08.10	17.52	Raihan	
19	Kamis, 31 Jan 2019	08.12	18.22	Raihan	

Mengetahui

*Noly*

PUPUK KALTIM

Joko Sugihartono




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



2019

No	Hari / Tanggal	Jam Masuk	Jam Keluar	Paraf Peserta	Keterangan
	Nama/NIM	Muhammad Raihan Rakha Firmansyah/160803101037			
20	Jum'at, 1 Feb 2019	08.10	16.57	Raihan	
21	Senin, 4 Feb 2019	07.50	16.41	Raihan	
22	Selasa, 5 Feb 2019	-	-	-	Tanggal merah (Tahun Baru Imlek)
23	Rabu, 6 Feb 2019	07.20	16.06	Raihan	
24	Kamis, 7 Feb 2019	07.50	16.15	Raihan	
25	Jum'at, 8 Feb 2019	07.23	16.02	Raihan	
26	Senin, 11 Feb 2019	07.48	16.00	Raihan	
27	Selasa, 12 Feb 2019	07.38	16.00	Raihan	
28	Rabu, 13 Feb 2019	07.30	17.03	Raihan	
29	Kamis, 14 Feb 2019	07.45	16.35	Raihan	
30	Jum'at, 15 Feb 2019	07.50	17.10	Raihan	
31	Senin, 18 Feb 2019	07.25	16.12	Raihan	
32	Selasa, 19 Feb 2019	07.30	16.05	Raihan	
33	Rabu, 20 Feb 2019	07.45	16.33	Raihan	
34					
35					
36					
37					
38					

Mengetahui

  
 PUPUK KALTIM  
 Jono Sugihartono



## C. Persetujuan Penyusunan Laporan PKN



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: feb@unej.ac.id

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

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Raihan Rakha Firmansyah  
NIM : 160803101037  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :  
PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK PELANGI  
BERBASIS E-COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA

(Revisi)

PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI  
NPK (NITROGEN, PHOSFAT DAN KALIUM) PELANGI BERBASIS  
E-COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA

Dosen pembimbing :

Nama	NIP	Tanda Tangan
Dr. Purnamie Titisari, S.E, M.Si.	19750106 200003 2 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 25 Februari 2019 s.d 25 Juli 2019. 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, 25 Februari 2019  
Kaprodi. Manajemen Perusahaan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ


Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.  
NIP. 196660408 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) Petugas administrasi program studi Diploma III (S0).
3. (\*) coret yang tidak sesuai



D. Kartu Konsultasi Bimbingan PKN



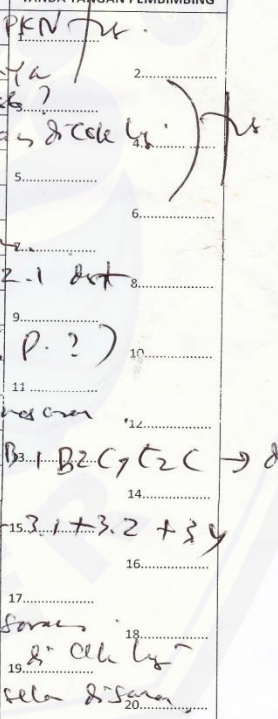
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
Email : feb@unej.ac.id

---

**KARTU KONSULTASI**  
BIMBINGAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) PROGRAM STUDI DIPLOMA 3  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama : Muhammad Raihan Rakha Firmansyah  
NIM : 160803101037  
Program Studi : Manajemen Perusahaan  
Judul Laporan PKN : PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PUPUK NON SUBSIDI NPK PELANGI BERBASIS E-COMMERCE PADA PT. PUPUK KALTIM CABANG SURABAYA

Dosen Pembimbing : Dr. Purnamie Titisari, S.E, M.Si.  
TMT\_Persetujuan : 25 Februari 2019 s/d 25 Juli 2019  
Perpanjangan : 26 Juli 2019 s/d 26 September 2019

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	1-4-19	Baca pedoman penulisan PKN	
2.	4-4-19	Perbaiki Bab 1, alasannya apa anda memilih judul itu?	
3.		penulisan nama perusahaan & cek lagi	
4.		sebutkan perw nya.	
5.		Tujuan PKN apa??	
6.			
7.	8-4-19	Perbaiki Bab 2 sesuai sm	
8.		Perbaiki penulisan sub 2.1 dan	
9.		Baca pedoman lagi!!!!	
10.		Tidak boleh pakai Dulet (P.?)	
11.		↓	
12.		2.1.5 → Persebutan pemasaran	
13.		Beni kopyraungan B2B + B2C + C2C → di 2.3.2	
14.			
15.	7-4-19	3.1.1 → Sumber? di gab	
16.		3.1.2. → Cek lagi	
17.			
18.	8-4-19	Bab IV → Perbaiki sm	
19.		Sumber Bagan + Tabel + Bagan	
20.		Sampulnya kasih PKN selo & isian	
21.			
22.			



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

23.	25/4/19	Ace Bab 1 - U	23.....
24.			24.....
25.	2/5/19	Daftar Pustaka + Calc	25.....
26.			26.....
27.	3/5/19	Ace Lep. PKN	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

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.  
 NIP. 19690114 200501 1 002.

Jember, 3-05-2019  
 Dosen Pembimbing

Dr. Purnamie Titisari, S.E, M.Si..  
 NIP. 19750106 200003 2 001

## E. Surat Permohonan Tempat PKN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Kalimantan 11 - Kampus Ekonomi Widyadarmas Blok D11 Jember 60111  
Telp. (031) 8219921 - Fax (031) 8219920  
Email: feb@unjember.ac.id

---

Nomor : 9660/UN.25.1.4/PM/2018 9660 14 Desember 2018  
 Lampiran : Satu Bendel  
 Hal : Permohonan Tempat PKN

Yth. Kepala Kantor PT. Pupuk Kalimantan Timur (Persero)  
 Jl. Genteng Kali No. 55-58  
 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.	Yunita Ketrina Widyawati	160803101028	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Muhammad Raihan Rakha F	160803101037	D3 Manajemen Perusahaan
3.	Riska Amelia Thopan	160803101043	D3 Manajemen Perusahaan
4.	Fariz Fathullah	160803101050	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : 07 Januari 2019 -20 Februari 2019

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. Arvp



## F. Surat Persetujuan Ijin PKN





Surabaya, 19 Februari 2019

Nomor : 13/D42120.II/2019  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Persetujuan Ijin Praktek Kerja Lapangan**

Kepada Yth:  
 Universitas Jember  
 Program Diploma III Ekonomi dan Bisnis  
 Fakultas Manajemen Perusahaan  
 Jl. Kalimantan 37 - kampus Bumi Tegal Botok Kotak Pos.159  
 Jember 68121

Dengan hormat

Menjawab surat no. 9660/UN.25.1.4/PM/2018 perihal Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan dari Universitas Jember Program Diploma III Ekonomi dan Bisnis Fakultas Manajemen Perusahaan, kami selaku pihak PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya menyatakan bahwa mengizinkan mahasiswa Universitas Jember Program Diploma III Manajemen Perusahaan melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di Perusahaan kami.

Adapun Mahasiswa yang akan melakukan PKL ( Praktek Kerja Lapangan ) sebagai berikut:

NO.	NAMA	NIM
1.	Yunita Ketrina Widyawati	160803101028
2.	Muhammad Raihan Rakha.F	160803101037
3.	Riska Amelia Thopan	160803101043
4.	Fariz Fathullah	160803101050

Praktek Kerja Lapangan ( PKL ) tersebut dilaksanakan mulai tanggal 07 Januari - Februari 2019.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

PT. Pupuk Kalimantan Timur



**Joko Sugihartono**  
Staff Umum

Cc:-File

PT Pupuk Kalimantan Timur  
 Kantor Pemasaran Jawa Timur  
 (Dept Pemasaran PSO I)  
 Jl. Genteng Kali No. 55 - 57 Surabaya 60275