



**PELAKSANAAN PENYALURAN PUPUK UREA BERSUBSIDI
BERBASIS WEB COMMERCE (WCM) PADA PT PUPUK
KALIMANTAN TIMUR SURABAYA**

LAPORAN PRAKTIK KERJA NYATA

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

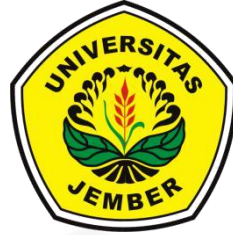
Oleh

YUNITA KETRIANA WIDYAWATI

NIM 160803101028

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

2019



***THE IMPLEMENTATION OF DISTRIBUTION OF SUBSIDIZED UREA
FERTILIZER BASED ON WEB COMMERCE (WCM) IN PT PUPUK
KALIMANTAN TIMUR SURABAYA***

REAL WORK PRACTICES REPORT

*Proposed to fulfill the requirements for the award of
Diploma III degree in Management of enterprise of Departement of Management
Faculty of Economics and Business
University of Jember*

By

YUNITA KETRIANA WIDYAWATI

NIM 160803101028

***DIPLOMA III STUDY PROGAM OF MANAGEMENT OF ENTERPRISE
FACULTY ECONOMIC AND BUSINESS
UNIVERSITY OF JEMBER***

2019

JUDUL
LAPORAN PRAKTIK KERJA NYATA

**PELAKSANAAN PENYALURAN PUPUK UREA BERSUBSIDI BERBASIS
WEB COMMERCE (WCM) PADA PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR
SURABAYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yunita Ketriona Widyawati
NIM : 160803101028
Program Studi : D III Manajemen Perusahaan
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada Tanggal:

02 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,

Sekretaris,

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

Prof. Tatang Ary G M.Bus.Acc.Ph.D
NIP. 19661125 199103 1 002

Anggota,

Fajar Destari, S.E., M.M.
NIP. 19791206 201504 2 001

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Dekan

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA
NIP. 19710727 199512 1 001

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA NYATA**

NAMA : YUNITA KETRIANA WIDYAWATI
NIM : 160803101028
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
JUDUL LAPORAN : PELAKSANAAN PENYALURAN PUPUK UREA
BERSUBSIDI BERBASIS WEB COMMERCE
(WCM) PADA PT. PUPUK KALIMANTAN
TIMUR SURABAYA

Jember, 01 April 2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi
DIII Manajemen Perusahaan

Laporan Praktik Kerja Nyata
Telah Disetujui Dosen
Pembimbing

Drs. Sudaryanto MBA. PhD
NIP. 19690114 200501 1 002

Dr. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 19610729 198603 2 001

MOTTO

Dengan mengingat Allah, hati menjadi tenang dan dalam segala aktifitas menjadi nilai ibadah.

(Bob Sadino)

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat

(Terjemahan Surat Al-Mujadalah ayat 11)

Dunia itu ibaratkan bayangan. Kalau kau berusaha menangkapnya, ia akan lari.

Tapi kalau kau membelakangi, ia tak punya pilihan selain mengikuti mu

(Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim.....

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang
Saya persembahkan Tugas Akhir Ini untuk :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat-Nya dan Ridho-Nya
2. Untuk Ibuku Fatimah dan keluargaku yang selalu mendukung setiap langkahku dengan doa yang tidak henti-hentinya, rasa kasih sayang yang sangat luar biasa, selalu membimbing dan memotivasi serta memberikan semangat
3. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan moril
4. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Diploma III Manajemen Perusahaan angkatan 2016
5. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Praktik Kerja Nyata yang berjudul “Pelaksanaan Penyaluran Pemasaran Pupuk Urea Bersubsidi PT Pupuk Kalimantan Timur Surabaya”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada.

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M, Ak, CA. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Drs. Sudaryanto, MBA,Ph.D. sebagai Ketua Jurusan Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Drs. Mohamad Dimiyati, S.E., M.Si sebagai Dosen Wali Mahasiswa yang telah membimbing saya dari semester satu hingga semester akhir.
4. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan dalam proses penyusunan Laporan Praktik Kerja Nyata.
5. Drs. Sudaryanto, MBA,Ph.D, Prof. Tatang Ary Gumanti M.Bus.ACC.Ph.D, Fajar Destari SE., MM selaku dosen penguji ujian Laporan Praktik Kerja Nyata telah memberikan kritikan, saran dan solusi dalam proses sidang Praktik Kerja Nyata
6. Ibu Atik Dwi Purwandari selaku kompartemen PSO dan Bapak Joko Sugihartono yang telah membimbing , membantu dan menyediakan tempat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Nyata.

7. Seluruh karyawan kantor pemasaran PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya telah memberi kesan dan pesan yang bermanfaat bagi saya
8. Kepada ibuku yang tidak pernah lelah mendoakan dan mendukung sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya
9. Kepada keluarga ku yang selalu mendukung dengan menghibur di kala jenuh dan memberikan semangat serta doa yang tidak ada hentinya
10. Kepada sahabat ku Mutiara Hanif, R.R Safira P.B, Hadiyatul Jannah, Ahmad Rofii, K.A Bella F, Nura Layalia, Dinda A, Tri Mutieq , Dyah yang selalu memberikan semangat dan dukungan
11. Kepada teman ku Violita Ananda P, NurMazidah, Ririn , Bapak Rifak, Mbak Dini A, Vita Indriana P menjadi tempat bertukaran ide dan memberikan semangat.
12. Kepada temen seperjuangan ku mahasiswa Diploma III Manajemen Perusahaan 2016 terima kasih atas doanya.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendoakan, membimbing, membantu dan memberikan dorongan kepada penulis selama kuliah dan penyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan laporan ini sangat jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis menerima adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata penulisan berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua.

Jember, 06 Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktik Kerja Nyata	2
1.2.1 Tujuan Praktik kerja Nyata.....	2
1.2.2 Kegunaan Praktik Kerja Nyata	3
1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata...	3
1.3.1 Objek Praktik Kerja Nyata	3
1.3.2 Jangka Waktu Praktik Kerja Nyata	3
1.4 Bidang Ilmu Ptaktik Kerja Nyata	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Jenis Pemasaran	7
2.1.3 Konsep Inti Pemasaran.....	8
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Saluran Distribusi	10
2.3.1 Pengertian Saluran Distribusi.....	10

2.3.2	Jenis Distribusi	11
2.4	E-Commerce	11
2.4.1	Pengertian E-Commerce	11
2.4.2	Jenis E-Commerce	12
2.4.3	Manfaat E-commerce dalam bisnis transaksi perusahaan.....	13
2.4.4	Manfaat E-commerce untuk Pelanggan	14
2.4.5	Ancaman Menggunakan E-commerce	14
BAB 3	GAMBARAN UMUM OBJEK PRAKTIK KERJA NYATA ...	15
3.1	Latar Belakang Sejarah.....	15
3.1.1	Visi dan Misi PT. Pupuk Kalimantan Timur	17
3.1.2	Nilai dan Budaya Perusahaan.....	17
3.1.3	Makna Logo	18
3.2	Struktur Organisasi	19
3.2.1	Susunan Tingkat dan Tugas Pokok PT Pupuk Kalimantan Timur.	21
3.3	Kegiatan Pokok PT Pupuk Kalimantan Timur	24
3.3.1	Jenis Produk dan Macam Pupuk PT Pupuk Kalimantan Timur.....	25
3.3.2	Amoniak.....	27
3.3.3	Jenis Pupuk NPK.	27
3.3.4	Pemasaran Pupuk Urea Bersubsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur.	29
3.4	Kegiatan Bagian Yang Dipilih	31
BAB 4	HASIL KEGIATAN PRAKTIK KERJA NYATA.....	32
4.1	Hasil Praktik Kerja Nyata	32
4.1.1	Proses Penyaluran dan Penebusan Pupuk Urea Bersubsidi	32
4.2	Identifikasi Permasalahan dan Solusi	46
4.2.1	Identifikasi Permasalahan Konektifitas.....	46
4.2.2	Identifikasi Permasalahan Jaringan terkena Virus	47
4.2.3	Solusi dari permasalahan konektifitas dan virus terhadap aplikasi	47
BAB 5	KESIMPULAN	48
DAFTAR PUSTAKA	49	
LAMPIRAN.....	50	

DAFTAR TABEL

1.1 Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata..... 4



DAFTAR GAMBAR

3.1 Logo PT Pupuk Kalimantan Timur.....	18
3.2 Struktur Organisasi PT Pupuk Kalimantan Timur.....	20
3.3 Pupuk Urea Indonesia	25
3.4 Pupuk Urea Granul Daun Buah	26
3.5 Pupuk	
Urea Prill Daun Buah	27
3.6 Pupuk NPK Phonska.....	28
3.7 Pupuk NPK Pelangi	28
3.8 Pupuk NPK Pelangi Agro	29
3.9 Peta Wilayah Pemasaran Pupuk Bersubsidi.....	30
4.1 Proses Penyaluran dan Penebusan	34
4.2 Syarat Permintaan Penebusan	36
4.3 Langkah Permintaan Penebusan	37
4.4 Langkah Permintaan Penebusan	37
4.5 Pengisian Data Order	38
4.6 Konfirmasi Permintaan Penebusan	38
4.7 Bukti Pembayaran Tagihan Permintaan Pupuk	40
4.8 Kode Boking dan Sales Order.....	41
4.9 Monitoring Order dan Kode Boking	41
4.10 Sales Order dan Hasil Download	42
4.11 Penyaluran Delivery Order	42
4.12 List Sales Order yang Belum disalurkan ke Pengecer	43
4.13 Penyaluran Baru untuk Memasukkan Penyaluran Delivery Order (DO).....	43
4.14 Laporan Penyaluran DO sesuai Pengecer	44
4.15 Laporan Penyaluran yang sudah diinput.....	44
4.16 Laporan merubah Data Penyaluran DO yang Tersubmit.....	45
4.17 Laporan yang sudah Submitted.....	45
4.18 Laporan Penyaluran DO setelah sesuai Data	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Tempat Praktik Kerja Nyata	50
Lampiran 2	Surat Persetujuan PKN	51
Lampiran 3	Surat Permohonan Nilai Praktik Kerja Nyata.....	52
Lampiran 4	Lembar Penilaian Praktik Kerja Nyata.....	53
Lampiran 5	Sertifikat Praktik Kerja Nyata	54
Lampiran 6	Absensi Praktik Kerja Nyata	55
Lampiran 7	Surat Persetujuan Penyusunan Laporan Praktik Kerja Nyata	57
Lampiran 8	Kartu Konsultasi Bimbingan Praktik Kerja Nyata	58
Lampiran 9	Sertifikat Pelatihan Pelaksanaan Pemasaran	59
Lampiran 10	Sertifikat Kompetensi Pelaksanaan Pemasaran	62

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduk memiliki mata pencarian dalam bidang lingkup pertanian. Oleh karena itu sektor pertanian terus dituntut untuk berperan dalam perekonomian nasional melalui Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), perolehan devisa, penyediaan pangan, dan bahan baku industri, penanggulangan kemiskinan, penyediaan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pada masa krisis, sektor pertanian telah terbukti lebih tangguh bertahan dan mampu pulih cepat dibandingkan dengan sektor-sektor yang lain, sehingga berperan sebagai penyangga pembangunan nasional.

Perekonomian nasional dapat terus berperan dalam sektor pertanian membutuhkan saran produksi yang memiliki peranan penting dalam peningkatan produktifitas dan kualitas hasil pertanian, yaitu Pupuk. Pupuk adalah suatu bahan yang digunakan untuk mengubah fisik, kimia atau biologi tanah sehingga menjadi lebih baik lagi bagi pertumbuhan tanaman. Dalam pengertian yang khusus, pupuk adalah suatu bahan yang mengandung satu atau lebih hara tanaman.

Menurut Anwar dan Abdul (2004:6), pupuk adalah material yang ditambahkan pada media tanam atau tanaman untuk mencukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu memproduksi dengan baik. Material pupuk dapat berupa bahan organik maupun anorganik. Pupuk berbeda dengan suplemen. Pupuk mengandung bahan baku yang diperlukan pertumbuhan dan perkembangan tanaman, sementara suplemen seperti hormon tumbuhan membantu kelancaran proses metabolisme, meskipun demikian kedalam pupuk khususnya pupuk buatan dapat ditambahkan sejumlah material suplemen dalam aplikasi pupuk harus diperhatikan kebutuhannya agar tanaman tidak mendapat suplai pupuk secara berlebihan. PT. Pupuk Kalimantan Timur yang terletak di kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang perpupukan, petrokimia, dan kimia

lainnya. PT. Pupuk Kalimantan Timur merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produksi Pupuk Urea, Pupuk Majemuk, NPK, Pupuk Organik dan Ammonia dengan segmen pasar dalam maupun luar negeri. Dalam menjalankan kegiatan pemasaran khususnya dalam pendistribusian pupuk PT. Kalimantan Timur memiliki dua jenis Pupuk Bersubsidi dan Pupuk Non Subsidi. Pupuk bersubsidi merupakan pupuk yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar SK Dinas Pemerintah, sedangkan Pupuk Non Subsidi adalah pupuk yang pengadaan dan penyalurannya di luar program pemerintah dan tidak dapat subsidi. Tujuan diadakannya pupuk subsidi yaitu membantu petani dalam mendapatkan pupuk dengan harga yang sangat terjangkau dan untuk meningkatkan kinerja sektor pertanian khususnya sektor tanaman pangan. Kebijakan ini dilandasi pemikiran bahwa pupuk merupakan faktor kunci dalam meningkatkan produktifitas, selain itu pupuk bersubsidi merupakan pupuk yang khusus dijual bagi usaha pertanian yang meliputi tanaman pangan, peternakan dan perkebunan rakyat. Selain itu PT. Pupuk Kalimantan Timur juga memasarkan produknya melalui *demo-plot roadshow* mempresentasikan pupuk kepada distributor dan petani ke berbagai daerah guna meningkatkan penjualan.

Bedasarkan uraian diatas penulis memilih PT. Pupuk Kalimantan Timur sebagai tempat Praktik Kerja Nyata dengan maksud akan melihat dan membahas tentang pemasaran maka laporan Praktik Kerja Nyata ini diberi Judul “Pelaksanaan Penyaluran Pupuk Urea Bersubsidi pada PT. Kalimantan Timur Berbasis Web Commerce (WCM) Surabaya”.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktik Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktik Kerja Nyata

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan Praktik Kerja Nyata meliputi tiga hal, yaitu.

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan penyaluran pupuk urea bersubsidi berbasis web commerce (WCM) pada PT. Pupuk Kalimantan Timur PSO 1 Surabaya.

- b. Untuk memahami pelaksanaan penyaluran pupuk urea bersubsidi berbasis web commerce (WCM) pada PT. Pupuk Kalimantan Timur PSO 1 Surabaya.
- c. Untuk mempraktikkan pelaksanaan penyaluran pupuk urea bersubsidi berbasis web commerce (WCM) pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.

1.2.2 Kegunaan Praktik Kerja Nyata

Praktik Kerja Nyata ini memiliki dua kegunaan, yaitu.

- a. Bagi Mahasiswa
 - 1. Sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan dan latihan kerja yang diperoleh di perkuliahan.
 - 2. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan dilapangan mengenai dunia kerja khususnya dibidang pemasaran.
 - 3. Memperdalam dan meningkatkan kreatifitas serta keterampilan dari mahasiswa.
- b. Bagi Universitas Jember
 - 1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan mahasiswa.
 - 2. Sebagai pengenalan antara mahasiswa dengan Perusahaan dalam dunia kerja.
 - 3. Terciptanya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata

1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata

Praktik Kerja Nyata dilaksanakan pada PT. Pupuk Kaltim Cabang Surabaya di Jl. Genteng Kali no. 55-57 Surabaya. (Surat Permohonan PKN dan keterangan dari perusahaan ditunjukkan pada lampiran 1 & 2)

1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata

Adapun waktu pelaksanaan Praktik Kerja Nyata pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya dilaksanakan mulai tanggal 7 Januari – 30 Maret 2019 dengan jam kerja di PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, sebagai berikut.

Senin s/d Jumat : Pukul 08:00 – 17:00

Istirahat : Pukul 12:00 – 13:00

Sabtu s/d Minggu: Libur

(daftar absensi, surat permohonan nilai PKN, nilai PKN, sertifikat magang, pengajuan penyusunan PKN dan kartu konsultasi ditunjukkan pada lampiran 3, 4, 5, 6, 7, dan 8).

Tabel 1.1 Menyajikan Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Nyata

No	Kegiatan PKN	Minggu Ke							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Pengajuan Surat Permohonan PKN kepada bagian Manajaemen SDM pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya dan Mengurus Ijin PKN dan Membuat prosedur PKN	X							
2	Perkenalan, pengarahan, dan penjelasan kegiatan PKN oleh pimpinan PT. Pupuk Kalimantan Timur PSO Surabaya tentang gambaran umum instansi yang berhubungan dengan laporan PKN	X							
3	Mempelajari Penyaluran Pupuk Urea Bersubsidi untuk sektor pertanian sesuai dengan peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Mempelajari Alur Penebusan Pupuk Urea bersubsidi PT. Pupuk Kalimantan timur	X	X	X	X	X	X	X	X
5	Mengumpulkan data-data untuk penyusunan PKN								
6	Konsultasi secara periodik dengan dosen pembimbing PKN								
7	Penyusunan Laporan PKN								

Sumber: Data diolah dari PT. Pupuk Kalimantan Timur Januari-Maret, 2019

1.4 Bidang Ilmu Praktik Kerja Nyata

Bidang ilmu yang menjadi pedoman pelaksanaan Praktik Kerja Nyata dan Penyusunan Laporan adalah Pengantar Manajemen dan Manajemen Pemasaran.

a. Pengantar Manajemen

Didalam kegiatan Praktik Kerja Nyata pada PT. Pupuk Kalimantan Timur kantor pemasaran Surabaya diajarkan secara tidak langsung bagaimana memajemen organisasi dalam perusahaan baik itu dinas dalam maupun dinas luar. Tidak hanya itu bidang ilmu pengantar manajemen diterapkan pada bagaimana dapat mencapai target bulanan kantor pemasaran surabaya (Non Subsidi) yang telah ditetapkan oleh kantor pusat PT. Pupuk Kalimantan Timur.

b. Manajemen Pemasaran.

Kantor PT. Pupuk Kalimantan Timur pemasaran Surabaya dalam melakukan penjualan membagi dua bidang yaitu, Penjualan Bersubsidi dan Non Subsidi dan selalu menggunakan manajemen pemasaran dalam menjual hasil produksi pupuk.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka pada kegiatan pengamatan bertujuan untuk mengkaji teori-teori tentang masalah yang dirumuskan. Tinjauan pustaka juga merupakan landasan dalam menyelesaikan pengamatan. Pada bab ini penulis akan menguraikan tinjauan pustaka yang akan digunakan untuk menganalisa setiap variabel dari pemasaran, distribusi, dan E-Commerce Pupuk Urea Bersubsidi pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Kantor Pemasaran Surabaya.

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009:4), Pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. Sedangkan definisi sosial menunjang tujuan kita: Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut definisi *manajerial* pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk” akan tetapi, orang heran ketika mereka mendengar bahwa bagian yang paling penting dari pemasaran bukanlah penjualan, penjualan hanya merupakan puncak kecil gunung es pemasaran. Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengatakan “ orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan. Akan tetapi, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan hingga ke mana-mana. Tujuan pemasaran mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang

siap untuk membeli semua yang dibutuhkan, selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu.

Menciptakan kondisi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara sebuah entitas dan publik dimana mereka berinteraksi merupakan tujuan utama dari kegiatan pemasaran. Walaupun tujuan fundamental ini tidak mengenal periode, waktu, kebiasaan organisasi yang bergerak akan mengalami evolusi. Fungsi manajer pemasaran tidak hanya menjalankan kegiatan pemasaran sehari-hari, namun harus membuat keputusan strategis (Peterson dan Kerin 2015:1).

2.1.2 Jenis Pemasaran

Bisnis jasa pemasaran bersifat sangat kompleks karena banyak elemen yang mempengaruhi seperti internal organisasi, lingkungan fisik, komentar dari mulut-kemulut, dan sebagainya.

1. Pemasaran *Internal*

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

2. Pemasaran *Eksternal*

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

3. Pemasaran *Interaktif*

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

2.1.3 Konsep Inti Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009: 29) pemasaran bersandar pada konsep sebagai berikut.

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan (*Need, Wants, and Demands*)

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar alasan berusaha. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang spesifik akan kebutuhan. Permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung kemampuan dan kesediaan untuk membayar dan membeli.

2. Penawaran Pasar – Produk, Pelayanan, dan Pengalaman (*Market, Offerings – Products, Service, and Experiences*)

Penawaran pasar merupakan beberapa kombinasi dari produk, pelayanan, informasi, atau pengalaman yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

3. Nilai Pelanggan dan Kepuasan (*Customer Value and Satisfaction*)

Nilai pelanggan dilihat sebagai kombinasi antara mutu, jasa, dan harga (*quality, service, price*) yang mencerminkan manfaat dan biaya berwujud dan tak berwujud bagi konsumen. Kepuasan merupakan penilaian seseorang dari kinerja yang dirasakan dari produk dalam dengan harapannya.

4. Pertukaran dan Hubungan (*Exchanges and Relationships*)

Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh sebuah objek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan. Pemasaran terdiri dari tindakan yang diambil untuk membangun dan memelihara hubungan melalui transaksi dengan target pembeli, pemasok, dan penyalur yang melibatkan produk, pelayanan, ide, atau benda lainnya.

5. Pasar (*Markets*)

Pasar merupakan kumpulan semua pembeli sebenarnya dan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan akan produk atau jasa tertentu yang sama, yang bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

2.2 Bauran Pemasaran

Pengertian Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* menurut Kotler dan Keller (2009: 23) adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran”. Bauran pemasaran terdiri dari segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan atas produknya. Beberapa kemungkinan disimpulkan kedalam variabel yang dikenal sebagai “4P” yaitu.

1. *Product* (Produk)

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan pembeli, diusahakan untuk dimiliki, dipakai, atau bisa dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, berkembang untuk mendapat laba.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

3. *Place* (Tempat)

Tempat Adalah berbagai tempat kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh sasaran konsumen.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan produk yang diciptakannya dan merayu konsumen agar membeli.

2.3 Saluran Distribusi

2.3.1 Pengertian Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Keller (2007:122), saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Definisi distribusi yang lainnya dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Seorang atau sebuah perusahaan distributor adalah perantara yang menyalurkan produk dari pabrikan (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*). Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan (dan biasanya juga sekaligus dijual) ke suatu distributor. Distributor tersebut kemudian menjual produk tersebut ke pengecer atau pelanggan. Dari pandangan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran distribusi yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen atau konsumen industri. Sehingga saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri.. Oleh karena itu saluran distribusi dapat dikelompokkan kedalam masing-masing jenis yang berbeda.

2.3.2 Jenis Distribusi

Ada 3 macam Jenis Distribusi, yaitu.

1. Distribusi Eksekutif

Hal ini mencakup jumlah perantara yang sangat terbatas untuk menangani barang atau jasa perusahaan. Hal ini akan dilakukan bila produsen ingin mempertahankan besarnya kontrol terhadap tingkat jasa dan hasil pelayanan yang ditawarkan oleh perantara itu strategi ini membutuhkan persekutuan yang lebih kuat antara penjual dan perantara. Distribusi eksekutif cenderung mempertinggi kesan produk dan memungkinkan margin laba yang lebih besar.

2. Distribusi Selektif

Dalam selektif mencakup penggunaan lebih dari beberapa tetapi juga kurang dari semua perantara yang bersedia menjual produk tertentu. Distribusi selektif memungkinkan produsen memperoleh cukup banyak cakupan pasar dengan kontrol yang lebih besar dan biaya yang lebih sedikit dari distribusi intensif.

3. Distribusi Intensif

Strategi distribusi intensif memiliki ciri penempatan barang dan jasa di sebanyak mungkin toko. Bila konsumen membutuhkan banyak kemudahan lokasi maka penting sekali untuk menawarkan intensitas distribusinya yang lebih besar.

2.4 E-Commerce

2.4.1 Pengertian E-Commerce

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorang pun yang mengetahui jelas pengertian dari e-commerce tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian e-commerce. Menurut Jony Wong (2010 : 33) electronic Commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi, dan jaringan komputer atau internet.

2.4.2 Jenis jenis *E-Commerce*

E-Commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu.

1. *Business to Business* (B2B)

Business to Business memiliki karakteristik:

- a. *Trading Partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirim data.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. *Business To Commerce* (B2C)

Business To Commerce memiliki karakteristik.

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarluaskan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas
- b. Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan berbasis web
- c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.

3. *Consumer to Consumer* (C2C)

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lainnya. Contoh eBay.com yaitu perusahaan lelang.

4. *Customer to Business* (B2C)

Customer to Business adalah model bisnis dimana konsumen (Individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Contoh Priceline.com merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini internet dapat digunakan sebagai sarana negoisasi.

2.4.3 Manfaat *E-Commerce* dalam Dunia Bisnis di Suatu Perusahaan sebagai sistem transaksi.

a. Dapat meningkatkan market *exposure* (Pangsa Pasar)

b. Transaksi *online* yang membuat semua orang diseluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

c. Menurunkan biaya operasional

Transaksi *E-commerce* merupakan transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogramkan didalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lainnya itu tidak perlu terjadi.

d. Melebarkan Jangkauan

Transaksi *on-line* yang dapat diakses oleh semua orang didunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

e. Meningkatkan *customer Loyalty*

Sistem transaksi *E-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan

f. Meningkatkan *Supply Management*

Transaksi *E-Commerce* menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang

tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem *supply management* yang baik harus diingatkan.

2.4.4 Manfaat *E-Commerce* untuk Pelanggan

E-Commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pemilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara *online*.

Pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang. Gambaran ringkas keuntungan *e-commerce* sebagai berikut.

- a. Bagi konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- b. Bagi pengelola : efisiensi, tanpa kesalahan dan tepat waktu.

2.4.5 Ancaman Menggunakan *E-Commerce* yang mungkin terjadi dalam *e-commerce*.

1. *Plating*

Memasukkan sesuatu kedalam sebuah *system* yang dianggap legal tetapi belum tentu legal dimasa yang akan datang.

2. *System Penetration*

Orang-orang yang tidak berhak melakukan akses ke *system computer* dapat dan diperoleh melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya.

3. *Communications Monitoring*

Seorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan melakukan monitoring komunikasi sederhana disebuah tempat pada jaringan komunikasi

4. *Communications Tampering*

Segala hal yang membahayakan kerahasiaan informasi seseorang tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi transaksin ditengah jalan atau membuat sistim *server* palsu yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi mereka secara suka rela.

BAB 3. GAMBARAN UMUM INSTANSI

3.1 Sejarah PT. Pupuk Kalimantan Timur

PT. Pupuk Kalimantan Timur (Pupuk Kaltim) berdiri sejak 7 Desember 1977 di Kota Bontang yang terletak dipesisir utara pantai Kalimantan Timur. Pupuk kaltim merupakan anak perusahaan dari PT. Pupuk Indonesia (persero) yang saat ini mengoperasikan lima pabrik urea dan lima pabrik Amoniak, dengan kapasitas 3.435 juta ton Urea per tahun dan 2.740 juta ton Amoniak per tahun. Pupuk kaltim juga memiliki tiga pabrik NPK *Blending* dengan kapasitas produksi 150 ribu ton per tahun dan dua pabrik NPK *Fusion* dengan kapasitas produksi ribu ton per tahun.

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

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

Pupuk Kaltim terus membangun proyek besar lainnya salah satunya adalah pembangunan pabrik 5 yang dibangun pada 14 September 2011 dan Pabrik *Boiler* Batubara beroperasi pada 2013. Pembangunan pabrik 5 merupakan realisasi pertama program Revitalisasi Industri Pupuk berdasarkan Intruksi Presiden RI No.2 Tahun 2010. Pada 9 November 2015 pabrik diserahkan dari kontraktor pelaksanaan proyek Pupuk Kaltim setelah melewati *Performance test* pada 19 November 2015 dan diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo pada 19 November 2015. Saat ini pupuk kaltim memiliki lima buah pabrik pupuk urea dengan kapasitas total sebanyak 2,98 juta ton urea per tahun serta empat buah pabrik Amoniak dengan kapasitas total sebanyak 1,85 juta ton Amoniak per tahun. Sementara produksi pupuk NPK sebanyak 350.000 ton per tahun dengan pabriknya ada di tiga kota. Bontang, Semarang, dan Surabaya. Sebagai salah satu pabrik pupuk terbesar di Indonesia, Pupuk Kaltim memiliki tanggung jawab untuk memenuhi pengadaan dan pendistribusian Urea bersubsidi pada 2/3 wilayah Indonesia yang meliputi sebagian besar Jawa Timur, dan wilayah Indonesia Timur lainnya. Keberadaan Pupuk Kaltim memberikan banyak manfaat, tidak hanya bagi karyawan dan *stake holder* tetapi juga bagi masyarakat di sekitarnya. Melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Pupuk Kaltim senantiasa melakukan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat sehingga tercipta harmoni antara perusahaan dengan sekitar. Sejahtera mencatat, sebuah kesungguhan kerja dan tekad yang kuat akan menghasilkan karya-karya terbaik. Masa pionir telah berlalu dan kini tugas-tugas yang tak kalah berat telah menanti, maka dari itu semangat para pionir harus tetap terjaga untuk menjawab segala tantangan dimasa mendatang.

3.1.1 Visi dan Misi PT. Pupuk Kalimantan Timur

Visi

”Menjadi perusahaan dibidang industri pupuk kimia dan agribisnis kelas dunia yang tumbuh berkelanjutan”.

Misi

- a. Menjalankan bisnis produk-produk kimia serta portofolio investasi dibidang kimia, agro, energi, trading dan jasa pelayanan pabrik yang berdaya saing tinggi.
- b. Mengoptimalkan nilai perusahaan melalui bisnis inti dan pengembangan baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan menunjang progam kedaulatan pangan Nasional.
- c. Mengoptimalkan sumber daya dilingkungan sekitar maupun pasar global yang didukung oleh SDM yang berwawasan internasional dengan menerapkan teknologi terdepan.
- d. Memberikan manfaat yang optimum bagi pemenang saham, karyawan dan masyarakat serta peduli pada lingkungan.

3.1.2 Nilai dan Budaya Perusahaan

Pencapaian visi dan misi, perusahaan membangun budaya perusahaan (*Active*) yang secara terus-menerus disosialisasikan kepada pegawai. Budaya kerja tersebut meliputi.

1. *Achievement Oriental*

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

2. *Customer Focus*

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

3. *Teamwork*

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

4. *Integrity*

Insan Pupuk Kaltim menjunjung tinggi kejujuran dan bertanggung jawab dengan menjunjung nilai-nilai: Jujur dan Tanggung jawab.

5. *Visionary*

Insan Pupuk Kaltim selalu berfikir jauh kedepan dan siap menghadapi perubahan dinamika usaha dengan memperhatikan nilai-nilai: inovatif dan adaptif.

6. *Environmentally Friendly*

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

3.1.3 Makna Logo

Citra PT. Pupuk Kalimantan cabang Surabaya mempunyai logo dan makna sebagai berikut.



Gambar 3.1 Logo PT. Pupuk Kalimantan Timur
Sumber : www.pupukkaltim.co.id

- Segi lima melambangkan pancasila merupakan landasan idiil perusahaan.
- Daun dan Buah melambangkan kesuburan dan kemakmuran.
- Lingkar putih kecil adalah letak lokasi Bontang dekat dengan Khatulistiwa.
- Tulisan PUPUK KALTIM melambangkan keterbukaan perusahaan memasuki era globalisasi.

Warna Jingga.

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

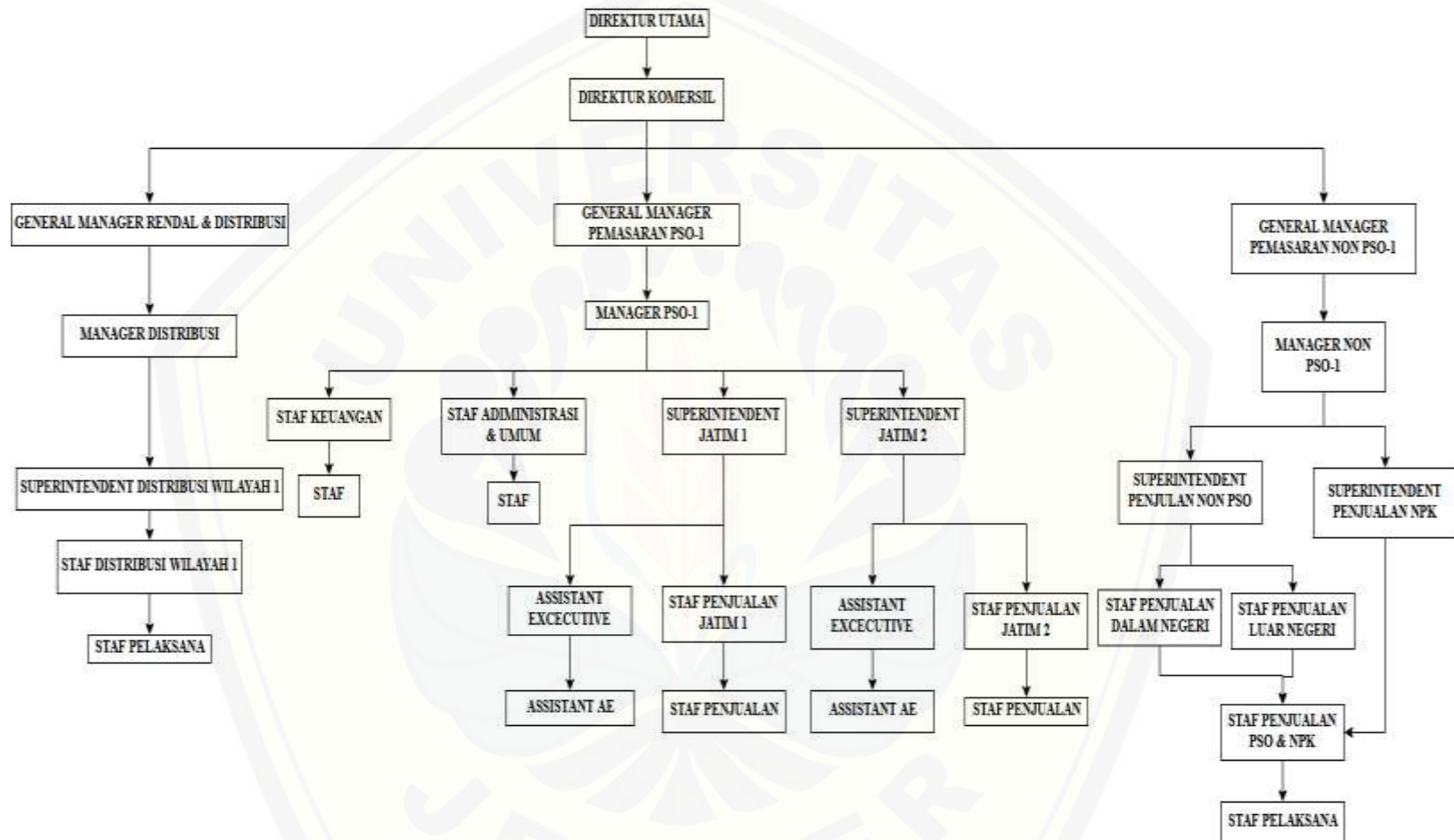
Warna biru.

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

3.2 Struktur Organisasi

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

Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur digunakan tipe organisasi garis dan staff karena perusahaan besar, daerah kerjanya yang luas dan mempunyai bidang-bidang tugas yang beraneka ragam serta rumit secara sistematis struktur organisasi yang ada di PT. Pupuk Kalimantan Timur. Struktur organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini.



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

3.2.1 Susunan Tingkat Dan Tugas Pokok Masing-Masing Bagian pada PT. Pupuk Kalimantan Timur Cabang Surabaya.

1. *General Manager*

- 1) Mengelola perusahaan sesuai dengan visi misi perusahaan.
- 2) Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan.
- 3) Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal.
- 4) Memastikan setiap sub bagian melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal.
- 5) Mengelola anggaran keuangan perusahaan.
- 6) Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan.
- 7) Membuat prosedur dan standar perusahaan.
- 8) Membuat keputusan penting dalam hal investasi. Integritas, aliansi dan divestasi.
- 9) Merencanakan dan mengeksekusi rencana strategi perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan dan menghadiri pertemuan, seminar, konferensi maupun pelatihan.

2. Manajer Distribusi

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

3. *Superintendent* Operasional Distribusi Wilayah

- 1) Menjelaskan spesifikasi produk/gambar dan membagi pekerjaan kepada kepala gudang.
- 2) Membuat schedule pelaksanaan, target dan langkah-langkah pelaksanaan pekerjaan lapangan untuk mandor yang selanjutnya akan diberikan kepada tukang.

- 3) Mengontrol pekerjaan yang dilakukan oleh kepala gudang agar hasil pekerjaan dapat tercapai sesuai *standart* yang telah ditentukan oleh perusahaan baik dalam hal kualitas pupuk dan target waktu.
- 4) Menghitung *volume* pekerjaan yang telah dilakukan oleh kepala gudang yang selanjutnya akan dilaporkan kepada bagian *engineering*.
- 5) Mengawasi dan mengontrol wilayah 2 diantaranya: Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, Jember, Lumajang, Probolinggo, Malang, dan seterusnya.

4. Account Exsecutive

- 1) *Memonitoring* aktifitas sales, untuk memastikan implementasi program berjalan sesuai rencana.
- 2) Mengupdate *account profile*, untuk mengetahui profil yang *discover* per tahun sebagai informasi data.
- 3) Membuat sales *plan* dan pelaksanaannya untuk program penunjang penjualan.
- 4) Membuat rencana program promosi beserta *implementasi* dan *evaluasi* untuk menunjang penjualan.
- 5) Membuat laporan harian dan bulanan yang berkaitan dengan penjualan (sesuai SOP).
- 6) *Implementasi* dan monitoring program promosi beserta pemasaran pemasangan materi promosi agar sesuai dengan program promosi.

5. Assistant Account Exsecutive

- 1) Membantu *Account Exsecutive* merencanakan dan melaksanakan proyek *klien* dari awal sampai akhir.
- 2) Membantu memantau *Account Exsecutive* kemajuan dan anggaran serta mengirimkan laporan hasil penjualan kepada atasan.
- 3) Membantu *Account Exsecutive* dalam melakukan penelitian untuk menginformasikan strategi klien.
- 4) Memantau harga dan penyaluran di setiap wilayah yang dipantau.

6. Staf Distribusi

- 1) Melakukan pengadaan dan pendistribusian pupuk.
- 2) Melakukan verifikasi administrasi terhadap ketersediaan stock pupuk digudang lini II / III produsen diseluruh kabupaten/ kota diwilayahnya sekaligus mengatur mutasi *stock* pupuk agar pupuk tersedia sesuai kebutuhan.
- 3) Melakukan pencatatan pengadaan karung pupuk digudang agar cukup untuk kebutuhan pengantongan.
- 4) Melakukan kooordinasi dengan kepala gudang guna kelancaran pemuatan digudang asal dan pembongkaran digudang tujuan demi kelancaran pendistribusian pupuk sampai ke lini IV.
- 5) Menyiapkan SIK (Surat Intruksi Kerja) untuk pembongkaran pupuk dari kpal maupun TO (*transfer Order*) dari gudang lini II ke lini III agar pelaksanaanya sesuai dengan rencana pendistribusian pupuk.
- 6) Mendistribusikan pupuk ke KP wilayah PSO 1 dan KP PSO 2 bila diperlukan karena Jawa Timur sebagai DC (*Distribusi Center*).
- 7) Mengawasi pelaksanaan pembongkaran pupuk oleh mitra kerja dipelabuhan agar tepat jumlah untuk meminimalkan penyusutan dan kehilangan pupuk.
- 8) Merekonsiliasi laporan harian semua gudang antara *stock riil* gudang dengan *stock* fisik di progam SAP-Web gudang agar selalu sama.

7. Staf Keuangan

- 1) Membuat, memeriksa dan mengarsipkan faktur, nota *supplier*, laoran AP/AR untuk memastikan status hutang/piutang.
- 2) Membuat, mencetak tagihan dan surat tagihan untuk memastikan tagihan terkirim kepada pelanggan dengan benar dan tepat waktu.
- 3) Menerima, memeriksa tagihan dari vendor dan membuat rekapnya untuk memastikan pembayaran terkirim tepat waktu.
- 4) Memeriksa rangkuman kas kecil untuk memastikan penggunaan dan ketersediaan kas kecil yang efektif.
- 5) Menginput penerimaan pembayaran dari pelanggan dan pembayaran ke *supplier* dengan tepat waktu dan akurat untuk memastikan ketepatan waktu dan keakuratan penerimaan maupun pembayaran.

- 6) Memeriksa laporan rekonsiliasi untuk memastikan data terinput dengan benar.
- 7) Mengarsip seluruh dokumen transaksi untuk menjaga ketertiban administrasi dan memudahkan penelusuran dokumen.
- 8) Melakukan *stock opname* setiap akhir bulan untuk melihat ada/tidaknya selisih jumlah barang digudang ada catatan di keuangan.

8. Staf Penjualan

- 1) Mengkoordinir penjualan agar memenuhi target.
- 2) Menyusun rencana penjualan.
- 3) Mengikuti dan menganalisa perkembangan pasar.
- 4) Mengalisa laporan penjualan dan mengadakan evaluasi.
- 5) Memberikan saran dalam rangka peningkatan penjualan.
- 6) Memberikan kebijakan-kebijakan atas rencana penjualan.

3.3 Kegiatan Pokok PT. Pupuk Kalimantan Timur

PT. Pupuk Kalimantan Timur (Pupuk Kaltim) merupakan anak perusahaan BUMN dari PT Pupuk Indonesia (persero) yang menjadi *Holding Company*, dan saat ini memiliki kapasitas produksi Urea 3,43 juta ton per tahun, Amoniak sebanyak 2,74 ton per tahun dan NPK 350 ribu ton per tahun.

Bisnis utama perusahaan adalah memproduksi dan menjual Amoniak, Urea, Pupuk NPK dengan segmen pasar dalam maupun luar negeri. Untuk wilayah distribusi sektor subsidi dalam negeri, wilayah pemasaran Pupuk Kaltim meliputi 2/3 wilayah Indonesia yakni Kawasan Timur Indonesia hingga Papua dan sebagian besar Jawa Timur dan Kalimantan kecuali Kalimantan Barat. Wilayah tersebut ditetapkan sesuai surat Direktur Utama PT Pupuk Indonesia (Persero) Nomor U-1308/A00000.UM/2012 tanggal 8 Oktober 2012 tentang Penugasan Wilayah Tanggung Jawab Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi untuk Sektor Pertanian. Alokasi jumlah penyaluran pupuk bersubsidi juga telah diatur berdasarkan SK Dinas Provinsi. PT Pupuk Kaltim juga memasarkan Pupuk yang bersifat non-subsidi yang bisa dijual secara bebas kepada perusahaan atau industri yang membutuhkan pupuk, sedangkan untuk pemasaran luar negeri Pupuk Kaltim

melakukan *ekspor* ke negara-negara kawasan Asia Pasifik, Amerika Serikat, Amerika Selatan dan lain sebagainya.

3.3.1 Jenis Produk dan Macam Pupuk pada PT Pupuk Kalimantan Timur

Ada sejumlah jenis produk pupuk pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, berikut dijelaskan masing-masing pupuk antara lain:

1) Urea Pupuk Indonesia

Urea Pupuk Indonesia disebut juga pupuk nitrogen (N), memiliki kandungan nitrogen 46%. Urea dibuat dari reaksi antara amoniak dengan karbon dioksida dalam suatu proses kimia menjadi urea padat dalam bentuk riil (ukuran 1-3 mm) atau granul (ukuran 2-4mm) yang keduanya diproduksi oleh pupuk kaltim. Urea prill paling banyak digunakan untuk *segmen* tanaman pangan dan industri, sedangkan urea granul lebih cocok untuk *segmen* perkebunan meskipun dapat juga untuk tanaman pangan. Pupuk urea dipasarkan dan dijual dengan merek dagang Pupuk Indonesia. Khusus urea bersubsidi dengan merek Pupuk Indonesia produk urea berwarna merah muda dan diperuntukan ke tanaman pangan. Fungsi pewarnaan pupuk urea dan ZA antara lain adalah untuk membedakan antara pupuk bersubsidi dengan pupuk untuk komersil dan melapisi butiran pupuk sehingga lebih kuat. Pupuk Urea N (Nitrogen):46% dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut ini.



Gambar 3.3 : Pupuk Urea

Sumber : www.pupukkaltim.com

2) Urea Granul Daun Buah

Urea Granul daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Granul non-subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna putih Ukuran butiran 2-4,74 mm. Pupuk Urea Granul Daun Buah dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut ini.



Gambar 3.4 Urea Granul Daun Buah
Gambar : www.pupukkaltim.com

3) Urea Prill Daun Buah

Urea Prill daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Prill Non Subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna Putih dengan ukuran butiran 1-3,35 mm. Pupuk Urea Prill Daun Buah dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut ini.



Gambar 3.5 Urea Prill Dauh Buah
Sumber : www.pupukkaltim.com

3.3.2 Amoniak

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

3.3.3 Jenis-jenis Pupuk NPK

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

Phonska Pupuk Indonesia adalah merek yang digunakan untuk produk pupuk majemuk NPK (*Compound*) bersubsidi, komposisi hara 15-15-15, berwarna merah muda dan diperuntukan ketanaman pangan. Pupuk NPK Phonska dapat dilihat pada Gambar 3.6 berikut ini.



Gambar 3.6 Pupuk NPK Phonska
Sumber : www.pupukkaltim.com

1) NPK Pelangi

NPK Pelangi adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (Blending) Non Subsidi, tampilan pupuk berwarna-warni, diproduksi oleh Pupuk kaltim dalam beberapa jenis Komposisi unsur hara. Pupuk NPK Pelangi dapat dilihat pada Gambar 3.7 berikut ini.



Gambar 3.7 NPK Pelangi
Sumber : www.pupukkaltim.com

2) NPK Pelangi Agro

NPK Pelangi Agro adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (*Compound*), tampilan pupuk berwarna coklat. Pupuk NPK Pelangi Agro dapat dilihat pada Gambar 3.8 berikut ini.



Gambar 3.8 NPK Pelangi Agro
Sumber: www.pupukkaltim.com

3.3.4 Pemasaran Pupuk Urea Bersubsidi PT Pupuk Kalimantan Timur

Surabaya

Menurut pendapat karyawan PT. Pupuk Kalimantan Timur Pupuk adalah suatu bahan yang digunakan untuk mengubah sifat fisik, kimia atau biologi tanah sehingga menjadi lebih baik bagi pertumbuhan tanaman. Berdasarkan penyaluran dan pengadaannya pupuk terbagi dua yaitu pupuk bersubsidi dan pupuk non subsidi. Pupuk bersubsidi merupakan pupuk yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program pemerintah berdasarkan SK Menperindag 306/MPP/Kep/4/2003.

Pupuk Non subsidi merupakan pupuk yang pengadaan dan penyalurannya diluar program pemerintah dan tidak mendapat subsidi .PT. Pupuk Kaltim merupakan produsen pupuk urea terbesar di Indonesia, disamping produsen amoniak dan pupuk NPK. Untuk memenuhi penugasan pemerintah mengenai pemenuhan suplai pupuk urea, PT Pupuk Kalimantan Timur memprioritaskan kebutuhan dalam negeri atau yang disebut dengan Urea Bersubsidi serta

menyiapkan stok yang cukup untuk kebutuhan petani di masing-masing wilayah pemasaran sehingga meminimalisir kelangkaan pupuk. PT Pupuk Kalimantan Timur memproduksi dan mendistribusikan pupuk bersubsidi untuk sektor pertanian sesuai dengan wilayah tanggung jawab, mulai dari Lini 1 hingga Lini IV berdasarkan Prinsip 6 (enam). Tepat Jenis, Tepat Jumlah, Tepat Harga, Tepat Tempat, Tepat Waktu dan Tepat Mutu sehingga bisa menjamin kelancaran penyaluran pupuk bersubsidi.

Pemasaran pupuk urea PT. Pupuk Kalimantan Timur didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan di Indonesia bagian timur dan tengah yang meliputi daerah.

1. Timur dan Kalimantan Tengah.
2. Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Utara.
3. Jawa Timur
4. Bali
5. Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat
6. Jawa Tengah.
7. Maluku dan Papua.

Wilayah pemasaran dan distribusi produk Urea bersubsidi PT Pupuk Kalimantan Timur dibawah izin kementerian perdagangan Republik Indonesia dapat dilihat pada Gambar 3.9 berikut ini.

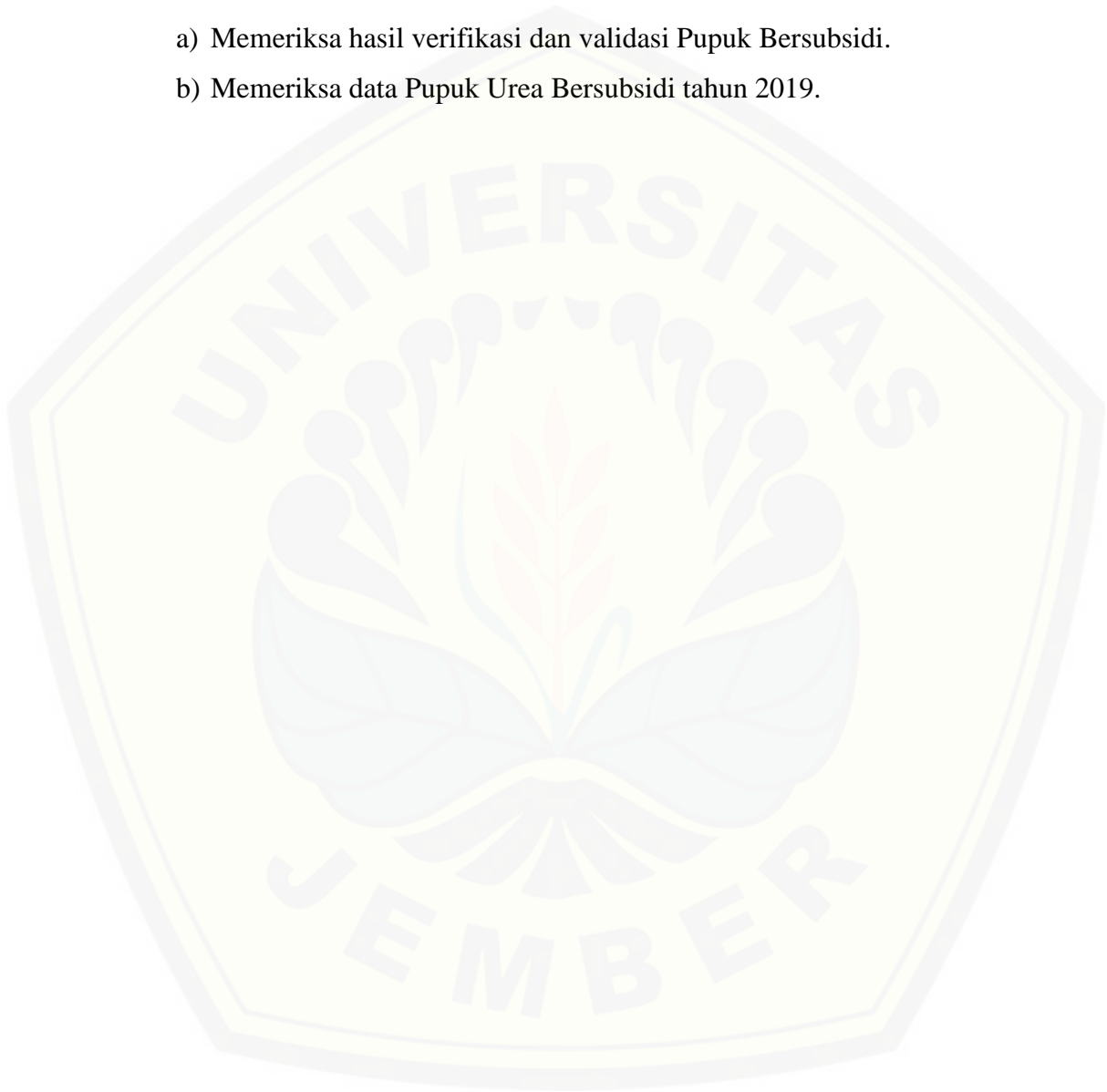


Gambar 3.9 Peta Wilayah Pemasaran Pupuk bersubsidi
Sumber: Staff Karyawan Pupuk Kalimantan Timur Surabaya

3.4 Kegiatan Bagian Yang Dipilih

Adapun kegiatan bagian yang dipilih dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di PT. Pupuk kalimantan Timur Surabaya adalah Bagian Pemasaran PSO. Berikut Kegiatan yang dilakukan.

- a) Memeriksa hasil verifikasi dan validasi Pupuk Bersubsidi.
- b) Memeriksa data Pupuk Urea Bersubsidi tahun 2019.



BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Praktik kerja Nyata (PKN) pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya yang dilaksanakan pada tanggal 07 Januari sampai 30 Maret 2019, maka dapat di simpulkan bahwa.

- a. Pelaksanaan penyaluran pemasaran pupuk bersubsidi di PT. Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya sudah sesuai dengan *standart operating procedure*.
- b. Aplikasi WCM memudahkan proses rencana penjualan bagi staff penjualan karena data secara *history terecond*.
- c. Aplikasi WCM dapat meminimalisir *Human Error* dalam melakukan koordinasi dari lini 1 sampai dengan lini 3.
- d. Aplikasi WCM dapat melakukan proses permintaan dan penebusan secara efektifitas dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Gambaran Umum PT. Pupuk Kalimantan Timur, www.pupukkaltim.com
di unduh tanggal 15 Februari 2019
- Anwar dan Abdul . 2004. *Pupuk dan Pemupukan* , bahan kajian MK Manajemen
Kesuburan Tanah di unduh tanggal 03 Mei 2019
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jilid Satu.
Edisi Kedua belas. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen pemasaran*. Jilid Satu.
Edisi Ketiga belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Peterson, Robert A dan Roger A, Kerin. 2015. . *Pemasaran. Strategies*. Jilid Satu.
Edisi Kesebelas. Jakarta Barat: PT. Indeks
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing For Beginners*. Jakarta: PT. Elex Media
Komputido

Lampiran 1. Permohonan Praktek Kerja Nyata


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegal Bata Kutub Pos 133 Jember 68121
 Telp. (0331) 337990 - Faa. (0331) 332150
 Email : feb@unej.ac.id

Nomor : 9660/UN.25.1.4/PM/2018 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 bertahukan 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.	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. Arsip

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2019

Lampiran 2. Persetujuan Praktek Kerja Nyata





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
 Telepon Kantor : 031 - 5341020 (hunting)
 Facsimile : 031 - 5350369, 5352529

Sumber : PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019


Lampiran 3. Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata





Gambar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2019

Lampiran 4. Lembar Penilaian Praktek Kerja Nyata


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Bata
 Kota Prok 125 – Telp. (0331) 327960 – Fax. (0331) 332100
 Jember 68121

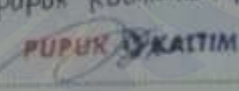
**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

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 :

Nama : Yanita Ketriona Widyawati
 NIM : 160803101028
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

Nama : Ais Dwi Purwandari
 Jabatan : kompartemen pro
 Institusi : PT. Pupuk Kalimantan Timur, 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 : PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

Lampiran 5. Sertifikat dan Kontrak Praktek Kerja Nyata



Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019



Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

Lampiran 6: Absensi Praktek Kerja Nyata

No	Hari	Tanggal	Jam Masuk	Jam Pulang	Keterangan	
1	Kamis	07-01-2019	07.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
2	Jumat	08-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
3	Kamis	09-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
4	Kamis	10-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
5	Jumat	11-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
6	Sabtu	12-01-2019			7/19	Libur
7	Minggu	13-01-2019			7/19	Libur
8	Sabtu	14-01-2019	07.45	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
9	Minggu	15-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
10	Rabu	16-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
11	Kamis	17-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya

Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

No	Hari	Tanggal	Jam Masuk	Jam Pulang	Keterangan	
12	Jumat	18-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
13	Sabtu	19-01-2019	08.00	12.45	7/19	Libur
14	Minggu	20-01-2019			7/19	Libur
15	Jumat	21-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
16	Kamis	22-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
17	Kamis	23-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
18	Jumat	24-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
19	Sabtu	25-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
20	Minggu	26-01-2019			7/19	Libur
21	Minggu	27-01-2019			7/19	Libur
22	Sabtu	28-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya
23	Kamis	29-01-2019	08.00	12.45	7/19	Program kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur, Surabaya

Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

Lanjutan lampiran 6

No	Item	Spesifikasi	Waktu	Tempat	Volume	Deskripsi
18	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Maron dan perikanan
19	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Maron dan perikanan
20	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Papir dan perikanan
21	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk papir perikanan
22	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk
23	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk
24	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk
25	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk
26	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
27	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
28	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk
29	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk
30	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk

Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

No	Item	Spesifikasi	Waktu	Tempat	Volume	Deskripsi
31	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
32	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
33	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
34	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	-	-	Blauk
35	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan
36	Waktu / 01-02-2019	08:00	16:00	7777	1100	Blauk dan perikanan

Sumber: PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya, 2019

Lampiran 7. 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 Batu Kotak Pos 139 Jember 68122
 Telp. (0331) 327996 – Fax. (0331) 322156
 Email: feb@unej.ac.id

PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)

Menerangkan bahwa :

Nama : YUNITA KETRIANA WIDYAWATI
 NIM : 160803101028
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Jurusan : Manajemen
 Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul
PROSEDUR PENJALAN PUPUK UREA YANG DIKUKUN OLEH PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR SURABAYA
 (Revisi)
**PELAKSANAAN PENYALURAN PEMASARAN PUPUK UREA BERSUBSIDI
 PADA PT PUPUK KALIMANTAN TIMUR SURABAYA**

Dosen pembimbing

Nama	NIP	Tanda Tangan
Dr. Diah Yulsetiarni, M.Si	19610729 198603 2 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal 27 Agustus 2018 s.d 31 Januari 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, 18 Juli 2019
 Kaprodi. Manajemen Perusahaan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ


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

CATATAN :

1. Peserta PKN diharuskan segera menghadap Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk.
2. Setelah disetujui (dibandatangani), di fotokopi sebanyak 3 (tiga) lembar untuk :
 - 1) Ketua Program Studi.
 - 2) Dosen Pembimbing.
 - 3) Petugas administrasi program studi Diploma III (50).
3. (*) coret yang tidak sesuai

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2019

Lampiran 8. Kartu Konsultasi



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: febu@unej.ac.id

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


Nama : YUNITA KETRIANA WIDYAWATI
NIM : 160803101028
Program Studi : Manajemen Perusahaan
Judul Laporan PKN : PROSEDUR PENJUALAN PUPUK UREA YANG DILAKUKAN OLEH PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR SURABAYA

Dosen Pembimbing : Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
TMT_Persetujuan : 01 Februari 2019 s/d 31 Juli 2019
Perpanjangan : 01 Agustus 2019 s/d 31 September 2019

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	13-3-2019	Revisi Judul	1. <i>[Signature]</i>
2.	15-3-2019	Perbaiki Laporan PKN, hal vii,	2. <i>[Signature]</i>
3.		hal 1-43, tata tulis daftar pustaka	3.
4.		ditambahkan	4.
5.	18-3-2019	Kalimat asing cetak miring	5. <i>[Signature]</i>
6.		penulisan Bab Pendahuluan	6. <i>[Signature]</i>
7.	20-3-2019	Hal ditaruh di tengah bawah untuk	7.
8.		pergantian bab hal selanjutnya di atas	8.
9.	22-3-2019	Tata tulis Bab 1. Pendahuluan	9. <i>[Signature]</i>
10.		SPK, : dan .	10.
11.	25-3-2019	Perbaiki Laporan hal 10, 11, 15, 28, 29	11. <i>[Signature]</i>
12.		dan 45 daftar pustaka penulisan judul	12.
13.		buku bercetak miring	13.
14.	2-4-2019	Perbaiki Bab Kesimpulan	14. <i>[Signature]</i>
15.	4-4-2019	Acc Utian Lap PKN	15. <i>[Signature]</i>
16.			16.
17.			17.
18.			18.
19.			19.
20.			20.
21.			21.
22.			22.

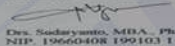

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2019

Lanjutan Lampiran 8


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegal Bata, Kota Pasuruan 68121
 Telp. (0331) 337990 - Fax. (0331) 332150
 Email: tch@unj.ac.id

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

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

Mengetahui, Ketua Program Studi  Dr. Sudaryanto, MEd., Ph.D. NIP. 19660408 199103 1 001	Jember, Dosen Pembimbing  Dr. Diyah Yuliantarni, M.Ed. NIP. 19610729 198603 2 001
--	---

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2019

Lampiran 9 : Sertifikat Pelatihan Pelaksanaan Pemasaran



Sumber : Membiska dan Badan Nasional Sertifikasi Profesi, 2018

Lanjutan lampiran 9



MATERI PELATIHAN
Training Materials

No.	Kode Unit	Judul Unit
1	M.702093.001.01	Menyusun Rencana Pemasaran
2	M.702093.002.01	Membuat Strategi Merek Produk
3	M.702093.003.01	Merencanakan Promosi Produk
4	M.702093.004.01	Merencanakan Penjualan
5	M.702093.005.01	Merencanakan Pembentukan Tim Penjualan
6	M.702093.006.01	Menyusun Database Penjualan
7	M.702093.007.01	Menyusun Data Pelanggan
8	M.702093.008.01	Mengetola Data Pelanggan
9	M.702093.009.01	Menyusun Rencana Pertemuan Pelanggan
10	M.702093.010.01	Mengetola Pertemuan Pelanggan
11	M.702093.011.01	Melayani Kebutuhan Informasi Bagi Pelanggan
12	M.702093.012.01	Menangani Keluhan Pelanggan
13	M.702093.013.01	Mengukur Kepuasan Pelanggan

Sumber : Menbiska dan Badan Nasional Sertifikasi Profesi, 2018

Lampiran 10 : Sertifikasi Kompetensi Pelaksanaan Pemasaran



Sumber : LSP Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Nusantara, 2019

Daftar Unit Skema
List of Unit(s) of Scheme

No	Kode Skema Code of Scheme	JUDUL UNIT SKEMA Title of Scheme Unit
1.	M.702093.001.01	Menyusun Rencana Pemasaran <i>Develop a Marketing Plan</i>
2.	M.702093.002.01	Membuat Strategi Merek Produk <i>Create a Product Brand Strategy</i>
3.	M.702093.003.01	Merencanakan Promosi Produk <i>Plan for Product Promotion</i>
4.	M.702093.004.01	Merencanakan Penjualan <i>Plan for Sales</i>
5.	M.702093.005.01	Merencanakan Pembentukan Tim Penjualan <i>Plan the Establishment of the Sales Team</i>
6.	M.702093.006.01	Menyusun Database Penjualan <i>Prepare a Sales Database</i>
7.	M.702093.007.01	Menyusun Data Pelanggan <i>Prepare Customer Data</i>
8.	M.702093.008.01	Mengelola Data Pelanggan <i>Managing Customer Data</i>
9.	M.702093.009.01	Menyusun Rencana Pertemuan Pelanggan <i>Develop a Customer Meeting Plan</i>
10.	M.702093.010.01	Mengelola Pertemuan Pelanggan <i>Managing Customer Meetings</i>
11.	M.702093.011.01	Melayani Kebutuhan Informasi Bagi Pelanggan <i>Serve Customer Information</i>
12.	M.702093.012.01	Merespon Keluhan Pelanggan <i>Handle Customer Complaint</i>
13.	M.702093.013.01	Mengukur Kepuasan Pelanggan <i>Measure Customer Satisfaction</i>

Jakarta, 28 Februari 2019

Lembaga Sertifikasi Profesi
LSP Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Nusantara



Yunita Ketriona Widayawati
Tanda Tangan Pemilik

Indah Restu Juniarti, SE., BSc
Certification Manager

