BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

PERTAMINA adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (National Oil Company), yang berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957 dengan nama PT PERMINA. Pada tahun 1961 perusahaan ini berganti nama menjadi PN PERMINA dan setelah merger dengan PN PERTAMIN di tahun 1968 namanya berubah menjadi PN PERTAMINA. Dengan bergulirnya Undang Undang No. 8 Tahun 1971 sebutan perusahaan menjadi PERTAMINA. Sebutan ini tetap dipakai setelah PERTAMINA berubah status hukumnya menjadi PT PERTAMINA (PERSERO) pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2001 pada tanggal 23 November 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

PT PERTAMINA (PERSERO) didirikan berdasarkan akta Notaris Lenny Janis Ishak, SH No. 20 tanggal 17 September 2003, dan disahkan oleh Menteri Hukum & HAM melalui Surat Keputusan No. C-24025 HT.01.01 pada tanggal 09 Oktober 2003. Pendirian Perusahaan ini dilakukan menurut ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 tentang Perusahaan Perseroan (Persero), dan Peraturan Pemerintah No. 45 tahun 2001 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 dan peralihannya berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 "TENTANG PENGALIHAN BENTUK PERUSAHAAN PERTAMBANGAN MINYAK DAN GAS BUMI NEGARA (PERTAMINA) MENJADI PERUSAHAAN PERSEROAN (PERSERO)".

Sesuai akta pendiriannya, Maksud dari Perusahaan Perseroan adalah untuk menyelenggarakan usaha di bidang minyak dan gas bumi, baik di dalam maupun di luar negeri serta kegiatan usaha lain yang terkait atau menunjang kegiatan usaha di bidang minyak dan gas bumi tersebut.

Selama lebih dari setengah abad, Pertamina telah melayani kebutuhan energi dalam negeri dengan mengelola kegiatan operasi yang terintegrasi di sektor minyak, gas, dan panas bumi. Pertamina juga senantiasa berupaya untuk memperbaiki kinerja operasi dan keuangan guna memberikan kontribusi yang terbaik bagi perekonomian Indonesia.

Pertamina telah memasuki suatu era baru. Perubahan hukum dan undang-undang di Indonesia telah menumbuhkan suatu pola bisnis baru yang menyebabkan masuknya pesaing di sektor pemasaran dalam negeri. Harapan para pemangku kepentingan kepada perusahaan ini pun semakin tinggi, dan pemerintah mengharapkan dividen yang lebih besar dapat diberikan oleh perusahaan kepada negara. Selain itu, dalam kerangka *good governance*, Pertamina perlu melaksanakan bisnis yang transparan dan bersih. Hal ini juga menjadi tekad pemerintah untuk memastikan transparansi dan profesionalisme dalam sektor bisnis.

Merespon kondisi tersebut, Pertamina mencanangkan program transformasi perusahaan pada 20 Juli 2006 dengan dua tema besar yakni fundamental dan bisnis. Keberhasilan proyek terobosan yang dilaksanakan dalam 100 hari pertama telah berhasil membangun momentum dan semangat untuk melaksanakan transformasi guna membawa perusahaan ini menuju pentas dunia.

Kami menyadari tekad yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan untuk mempertahankan sekaligus mengembangkan Pertaimna sebagai *economy powerhouse*. Kami juga berharap transformasi menuju Pertamina masa depan dapat berjalan dengan baik, sehingga Pertamina dapat menjawab harapan para pemangku kepentingan dengan menjadi suatu lokomotif ekonomi nasional dalam arti sebenarnya.

Setelah menempatkan landasan transformasi, kita telah membentuk sebuah roadmap untuk 15 tahun ke depan menuju cita-cita menjadi perusahaan minyak nasional kelas dunia.

Penjualan merupakan sasaran akhir dari sebuah aktivitas Pertamina dalam mencapai tujuan pokok perusahaan. Agar tercapai penjualan yang tinggi diperlukan kebijakan penjualan yang dapat menarik minat konsumen terhadap produk tersebut.

Pada tahun 2006, terlihat adanya perubahan profil konsumsi Bahan bakar Minyak (BBM) industri di Jawa Barat akibat adanya pencabutan subsidi BBM dan mulai berlakunya kebijakan diversifikasi energi. Hal ini terlihat jelas pada kasus minyak bakar. Penggunaan minyak bakar pada tahun 2004 sebesar 881.173 kL, pada tahun 2005 mencapai 1.900.770 kL (meningkat hampir 150%), dan pada tahun 2006 sebesar 1.624.297 kL (menurun 17%).

Pangsa pasar yang paling potensial untuk diperebutkan adalah segmen konsumen dengan pemenuhan BBM industri tidak kontinyu dari Pertamina. Pada tahun 2006, pangsa pasar segmen ini di wilayah Jawa Barat sebesar 43 ribu KL untuk konsumsi di bawah 100 kL per bulan dan 36 ribu KL untuk konsumsi di atas 100 KL per bulan (diolah dari data Pertamina). Memang terdapat ancaman bisnis BBM industri dari energi substitusi, yakni batu bara dan gas. Namun dengan memperhitungkan masih terbatasnya infrastruktur jaringan gas dan ketidakpastian pasokan batubara dan diimbangi pertumbuhan industri, ancaman ini masih tidak mampu menurunkan konsumsi BBM industri lebih dari 15%. Dengan memperhitungkan besarnya konsumsi BBM industri, karakteristik konsumsi, serta pertumbuhan industri tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis distribusi BBM industri di Jawa Barat masih menarik.

Meskipun bisnis BBM industri di Jawa Barat masih menarik, namun tetap saja yang diuntungkan dalam industri ini adalah pemain BBM industri yang telah memiliki kompetensi dan jaringan pasar yang sudah luas. Hal ini menjadi sangat penting, sebab dengan naiknya BBM industri akibat melambungnya harga minyak dunia, yang diuntungkan adalah pemain yang mengambil strategi *cost leadership* dengan memanfaatkan kompetensi dan asset yang telah dimilikinya.

Saat ini konsumen BBM Pertamina di sektor Industri dan marine mencapai lebih dari 4500 konsumen, tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Beberapa

Pelanggan utama kami adalah PT. PLN (Persero), TNI/POLRI, Industri Pertambangan, Industri Besi Baja, Industri Kertas, Industri Makanan, Industri Semen, Industri Pupuk, Kontraktor Kontrak Kerja Sama, transportasi lair dan industri lainnya.

Untuk bisa bersaing dalam memperebutkan *market share* BBM industry harus meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan mutu pelayanan.

Maka dari permasalahan yang ada, penulis telah melakukan penelitian dan menganalisa. Dan kami sepakat menetapkan judul untuk laporan kami dengan judul ***"Analisis penjualan bahan bakar minyak (bbm) untuk industry pada PT Pertamina"***

1.2 Identifikasi Masalah dan rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, penulis mengidentifikasikan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. lambatnya pengiriman bahan bakar minyak ke industry oleh agen.
2. Terjadinya perubahan harga bahan bakar minyak di pertamina setiap dua minggu sekali.

1.2.2 Rumusan masalah

1. mengapa pengiriman bahan bakar minyak ke industri oleh agen sering terlambat?

2. mengapa harga bahan bakar minyak di pertamina mengalami perubahan setiap dua minggu sekali?

1.3 Maksud Dan Tujuan Kerja Praktek

1.3.1 Maksud Penelitian Kerja Praktek

Maksud kami melakukan penelitian kerja praktek ini adalah :

1. Untuk mengimplementasikan materi - materi kuliah di lapangan atau dunia nyata dan menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai bidang yang telah dipelajari di bangku kuliah.

1.3.2 Tujuan dari Kerja Praktek

Tujuan kami melakukan kegiatan kerja praktek yakni :

1. Untuk mengetahui proses penjualan bbm untuk industri pada PT.Pertamina.

1.4 batasan masalah

Dalam laporan ini penulis membatasi masalah hanya meliputi sektor penjualan bbm
di industri.

1.5 lokasi dan waktu kerja praktek

1.5.1 lokasi Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan di PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Cabang Bandung Jl. Wirayudha No.1 Bandung

1.5.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan

Pelaksanaan praktek kerja lapangan dilaksanakan dari tanggal 21 juli 2009 – 21 agustus 2009, setiap hari Senin – jum'at dari jam 07.00-15.30 WIB.

Table kegiatan selama kerja praktek.

NO	AKTIVITAS	WAKTU								
1	perkenalan dengan semua staff PT PERTAMINA									
2	pengarahan dari pembimbing									

	praktek kerja lapangan									
3	Scan data dan file									
4	Disposisi surat masuk dan surat keluar									
5	customer care									
6	fax data									
7	mengerjakan tugas yang diberikan pembimbing praktek kerja lapangan									
8	Visit ke industry PT SUMBER KERANG INDAH									
9	Visit ke industry PT NAGAMAS PARULIAN									
10	Visit ke industry PT MASOEM									
11	Visit ke industry PT HASAN SINAR LESTARI									
12	customer care									
13	membantu membuat proposal									
14	Membuat memo lebaran dan parcel									
15	Melayani order pembelian BBM melalui system informasi penjualan online									
16	scan data dan file									

17	Disposisi surat masuk dan surat keluar									
18	Fax data									
19	Membereskan file-file ke folder masing-masing									
20	Mengirim memo kepada setiap manajer SDM PT PERTAMINA									

Tabel 1.1

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian sistem

Menurut (Jogiyanto H.M.,1995;5) pengertian sistem adalah :
Jaringan dari elemen-elemen yang saling berhubungan, membentuk satu kesatuan untuk melaksanakan suatu tujuan pokok dari sistem tersebut.
Sistem menurut (Fathansyah Ir.,1999;9) pengertian sistem adalah:
Sebuah tatanan (keterpaduan) yang terdiri atas sejumlah komponen fungsional (dengan satuan fungsi atau tugas khusus) yang saling berhubungan dengan secara bersama-sama bertujuan untuk memenuhi suatu proses dan pekerjaan tertentu.
Dari kedua pendapat tersebut diatas ditarik kesimpulan bahwa sistem adalah satu kesatuan yang terdiri dari dua atau lebih komponen atau subsistem yang berinteraksi untuk mencapai tujuan.

2.1.1 Elemen sistem

suatu sistem terdiri dari sejumlah elemen yang saling berinteraksi, yang artinya saling bekerja sama membentuk suatu kesatuan. Elemen-elemen sistem dapat berupa suatu subsistem satu bagian-bagian dari sistem. Suatu sistem tidak peduli betapapun kecilnya, selalu mengandung elemen-elemen atau subsistem-subsistem. Setiap sistem mempunyai sifat-sifat dari sistem yang menjalankan suatu fungsi tertentu dan mempengaruhi proses sistem secara keseluruhan. Suatu sistem dapat mempunyai suatu sistem yang lebih besar yang disebut dengan supra sistem. Misalnya suatu perusahaan dapat disebut dengan suatu sistem,dan industri merupakan sistem yang lebih besar disebut suprasistem. Kalau dipandang industri sebagai suatu sistem maka perusahaan dapat disebut sebagai subsistem. Demikian juga bila perusahan dipandang sebagai sistem, maka sistem akuntansi adalah sistemnya,kalau sistem akuntansi dipandang sebagai suatu sistem, maka perusahaan adalah suprasistem dan industri adalah supra dari supra sistem.

2.1.2 Karakteristik sistem

Komponen-komponen atau sub sistem merupakan salah satu unsur dari karakteristik sistem. Menurut (Yogianto ,1997) karakteristik dari suatu sistem dapat diterangkan sebagai berikut:

a. Komponen Sistem

Komponen-komponen sistem atau elemen-elemen sistem dapat berupa suatu sub sistem atau bagian-bagian dari sitem. Suatu sistem dapat mempunyai suatu sistem yang lebih besar yang disebut dengan subsistem.

b. Batas Sistem

Merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya.

c. Lingkungan Luar Sistem

Yaitu suatu sistem yang terdapat diluar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem. Lingkungan luar sistem ada yang menguntungkan dan merupakan energi bagi sistem dan ada juga yang merugikan.

d. Masukan

Yaitu elemen yang dimasukkan kedalam sistem, yang dapat berupa masukan perawatan (maintenance input) dan masukan sinyal (signal input). Maintenance input adalah elemen yang dimasukkan supaya sistem tersebut dapat beroperasi. Signal input adalah elemen yang diproses untuk didapatkan keluaran.

e. Keluaran Sistem

Yaitu hasil dari elemen yang diolah yang diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan. Keluaran dapat merupakan masukan untuk subsistem yang lain atau kepala subsistem.

f. Pengolahan Sistem

Suatu sistem dapat mempunyai suatu bagian atau sistem itu sendiri sebagai pengolahnya. Pengolah akan merubah masukan menjadi keluaran.

g. Sasaran Sistem

Suatu sistem mempunyai tujuan (goal) atau sasaran (objektive) jika tidak maka operasi sistem tidak akan ada gunanya suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuan.

2.1.3 Klasifikasi Sistem

Menurut Jogiyanto HM (1991), sistem dapat diklasifikasikan dari beberapa sudut pandang diantaranya:

a. Sistem tertutup dan sistem terbuka

1. Sistem tertutup merupakan sistem yang tidak berhubungan dan tidak terpengaruh dengan lingkungan luarnya, sistem ini bekerja secara otomatis tanpa ada campur tangan dari pihak luar.

2. Sedang sistem terbuka adalah sistem yang berhubungan dan terpengaruh dengan lingkungan luarnya. Dimana sistem ini menerima masukan dan menghasilkan keluaran untuk luar lainnya

b. Sistem abstrak dan sistem phisik

1. Sistem abstrak adalah sistem yang berupa pemikiran atau ide-ide yang tidak tampak secara phisik, misalnya sistem teologi yaitu sistem yang berupa pemikiran-pemikiran hubungan manusia dengan tuhan.

2. Sistem phisik merupakan sistem yang ada secara phisik, atau serangkaian unsur-unsur yang bekerja sama untuk mencari suatu tujuan, misalnya sistem komputer.

c. Sistem Alamiah

Sistem alamiah adalah sistem yang terjadi melalui proses alam atau tidak dibuat manusia misalnya sistem perputaran bumi.

d. Sistem tertentu dan sistem tidak tertentu

1. Sistem tertentu beroperasi dengan tingkah laku, yang dapat diprediksi dimana interaksi diantara bagian-bagian dapat dideteksi dengan pasti, sehingga keluar dari sistem dapat dirasakan misalnya sistem komputer.

2. Sedang sistem tak tertentu adalah sistem yang kondisi masa depan tidak dapat diprediksi karena mengandung unsur probalitas.

2.2 Pengertian Informasi

Di dalam pengolahan sistem pada akhirnya menghasilkan suatu informasi, untuk itu pendefenisian informasi diperlukan untuk menunjang berhasilnya pengembangan sistem yang akan dirancang. Defenisi umum untuk informasi dalam sistem informasi menurut *Jogiyanto H.M* (1990; 11) :"Informasi adalah data yang dapat diolah yang lebih berguna dan berarti bagi yang menerimanya".

Menurut *RobertG.Murdik* (1973; 12) :"Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaan dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendatang".

Jadi Informasi adalah data yang diproses kedalam bentuk yang lebih berarti bagi penerima dan berguna dalam pengambilan keputusan, sekarang atau untuk masa yang akan datang.

Informasi dalam suatu lingkungan sistem informasi memiliki beberapa *ciri-ciri* yaitu :

1. **Benar atau salah**, Ini dapat berhubungan dengan realitas atau tidak bila penerimaan informasi yang salah dipercayai mengakibatkan sama seperti benar.
2. **Baru**, Informasi dapat sama sekali baru dan segar bagi penerimanya.
3. **Tambahan**, Informasi dapat memperbaharui atau memberikan tambahan baru pada informasi yang talah ada.
4. **Korektif**, Informasi dapat menjadi suatu korektif atas informasi yang salah.

5. **Penegas**, Informasi dapat mempertegas informasi yang telah ada, ini berguna karena meningkatkan persepsi penerimanya atau kebenaran informasi tersebut.

Informasi dapat dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut :

- *Informasi harus akurat dan jelas*, Yaitu informasi yang tidak mengandung keraguan-keraguan, sama maksudnya yang disampaikan dengan yang menerima, bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan, harus menjelaskan dan mencerminkan maksudnya atau dengan kata lain tidak menimbulkan pertanyaan bagi penerima informasi tersebut.
- *Up to date* (Tepat waktu), Yaitu informasi tersebut datang ke penerima tidak terlambat karena informasi yang tidak tepat waktu sudah tidak mempinyai nilai.
- *Informasi harus relevan*, Yaitu informasi itu diterima bagi orang yang membutuhkan atau bermanfaat bagi yang menerimanya.

2.3 pengertian sistem informasi

Menurut (Jogiyanto H.M,1995:831) definisi sistem informasi adalah : Sistem informasi merupakan suatu sistem di dalam suatu organisasi yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi dan media, prosedur-prosedur dan pengendalian yang bertujuan untuk mendapatkan jalur komunikasi penting, memproses tipe transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan yang lainnya terhadap kejadian-kejadian internal dan eksternal yang penting dan menyediakan dasar informasi untuk pengambilan keputusan yang cerdik.

Menurut Henry C. Lucas. Sistem Informasi adalah kegiatan dari suatu prosedur-prosedur yang diorganisasikan bilamana dieksekusi akan menyediakan informasi untuk mendukukung pengambilan keputusan dan pengendalian di dalam organisasi

Dari kedua pendapat tersebut diatas ditarik kesimpulan bahwa sistem informasi adalah sekumpulan hardware, software, brainware, prosedur dan atau

aturan yang diorganisasikan secara integral untuk mengolah data menjadi informasi yang bermanfaat guna memecahkan masalah dan pengambilan keputusan.

2.4 Metode analisis dan perancangan terstruktur

2.4.1 flow map

Bagian alir (flow map)

Desain grafis adalah diagram aliran,tiap organisasi dapat memiliki cara0cara baku pembuatan diagram aliran sendiri,sebuah symbol menyatakan akhir atau berhentinya rangkaian komunikasi menyatakan penyampaian dari suatu tempat ketempat lain Menurut mulyadi dalam bukunya system akuntansi (1993:57) Bagan alir data adalah :

Bagan alir data adalah suatu model yang menggambarkan aliran data dan proses untuk mengolah atau mengubah data yang diterima menjadi data yang mengalir keluar

Symbol-simbol yang digunakan untuk menggambarkan aliran data :

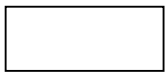
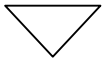
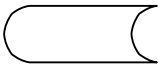
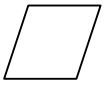
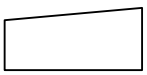
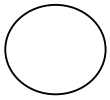
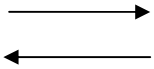
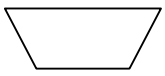
simbol	nama	simbol	nama
	proces		arsip
	Stored dari		data
	Masukan manual		konektor
	dokumen		penghubung
	Operasi manual		

Table 2.1

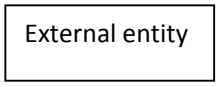
2.4.2. Diagram Konteks

Diagram konteks merupakan gambaran system secara keseluruhan/garis besarnya yang berdasarkan alur system yang ada pada flowmap, diagram konteks juga menjelaskan hubungan system yang sedang berjalan dengan entitas luarnya.

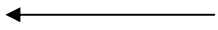
2.4.3. Data Flow Diagram (DFD)

DFD adalah suatu gambaran system yang telah ada atau system baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir atau lingkungan fisik dimana data tersebut akan disimpan.

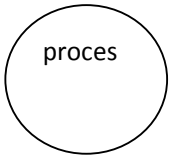
Beberapa symbol yang digunakan di DFD antara lain :

1. 

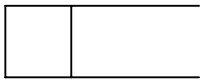
Kesatuan luar (external entity) merupakan kesatuan dilingkuran luarnya yang dapat berupa orang, organisasi atau system lainnya yang berada dilingkungan luarnya yang akan memberikan input atau menerima output dari sistem

2.
3. 

Arus data(data flow) menunjukan arus dari data yang dapat berupa masukan untuk system atau hasil dari proses system

4. 

Process adalah kegiatan atau kerja yang dilakukan oleh orang, mesin atau computer dari hasil suatu arus data yang masuk kedalam process untuk dihasilkan arus data yang akan keluar dari proses

5. 

Data store merupakan simpanan dari data yang dapat berupa simpanan computer atau manual

BAB III

PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Pertamina

PERTAMINA adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (National Oil Company) yang berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957 dengan nama PT. PERMINA. Tahun 1961 perusahaan ini berganti nama menjadi PN PERMINA dan setelah merger dengan PN PERTAMINA di tahun 1968 namanya berubah menjadi PN PERTAMINA. Dengan adanya Undang - Undang No. 8 Tahun 1971 sebutan perusahaan menjadi PERTAMINA. Sebutan ini tetap dipakai hingga PERTAMINA berubah status hukum menjadi PT. PERTAMINA (PERSERO) pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 ada 23 November 2001 tentang minyak dan gas bumi.

PERTAMINA (PERSERO) didirikan berdasarkan akta Notaris Lenny Janis Ishak, SH No. 20 tanggal 17 September 2003 dan didahkan oleh Menteri Hukum dan HAM melalui Surat Keputusan No. C – 24025 HT.01.01 ada tanggal 9 Oktober 2003. Pendirian Perusahaan ini dilakukan menurut ketentuan – keteuntuan yang tercantum dalam Undang – Undang No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 tentang Perusahaan Perseroan (Persero), dan Peraturan Pemerintah No. 45 tahun 2001 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 dan peralihannya berdasarkan PP No. 13 Tahun 2003 tentang “pengalihan bentuk perusahaan pertambangan minyak dan gas bumi Negara (PERTAMINA) menjadi perusahaan perseroan”.

3.1.1 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi yang dirancang dan ditetapkan PERTAMINA adalah sebagai berikut:

3.1.1.1 Visi

Menjadi perusahaan minyak nasional kelas dunia

3.1.1.2 Misi

Menjalankan usaha inti minyak, gas, dan bahan bakar nabati secara teritegrasi, berdasrkan prinsip – prinsip komersial yang kuat.

3.1.2 Logo Pertamina

Pada Hari Ulang Tahun Ke-48 PT. Pertamina yang jatuh pada hari Sabtu tanggal 10 Desember 2005, PT. Pertamina yang selama ini dikenal dengan identitas kuda laut, kini mengganti penampilannya dengan identitas huruf "P" dengan kombinasi tiga warna yang identik dengan bentuk anak panah yang melesat.

Jiwa Pertamina Bergerak Maju dan Progresif



Gambar 3.1

Biru melambangkan andal dan dapat dipercaya.

Hijau melambangkan sumberdaya energi yang berwawasan lingkungan.

Merah mencerminkan keuletan, ketegasan, dan keberanian dalam

menghadapi berbagai macam kesulitan, jiwa yang dulu dilayani kini harus melayani, *customer oriented dan customer satisfaction.*

3.1.3 Tata Nilai Pertamina adalah :

1. Focus, yaitu menggunakan secara optimum berbagai kompetensi perusahaan untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan.

2. Integrity, yaitu mampu mewujudkan komitmen ke dalam tindakan nyata.

3. Visionary (berwawasan jauh kedepan), yaitu mengantisipasi lingkungan usaha yang berkembang saat ini maupun yang akan datanguntuk dapat tumbuh dan berkembang.

4. Excellence (unggul), yaitu menampilkan yang terbaik dalam semua pengelolaan usaha.

5. Mutual Respect (kesetaraan dan kesederajatan), yaitu menempatkan seluruh pihak yang terkait setara dan sederajat dalam kegiatan usaha.

3.1.4 Tujuan dan Tugas Pokok PT. Pertamina

3.1.4.1 Tujuan PT. Pertamina

Tujuan Perusahaan ini adalah membangun dan melaksanakan pengusahaan minyak dan gas bumi yang meliputi eksplorasi, pemurnian, pengolahan, pengangkutan dan penjualan dalam arti seluas-luasnya untuk menciptakan kemakmuran rakyat dan negara serta ketahanan Republik Indonesia.

Dalam UU No. 44/PRP tahun 1960, terdapat tujuan Pertamina yaitu :

1. Mencukupi kebutuhan minyak dan gas bumi dalam negeri yang terus meningkat sebagai akibat pertambahan penduduk dan pelaksanaan pembangunan nasional.

2. Memenuhi kebutuhan data dan devisa untuk pembangunan nasional.

Melaksanakan penimbangan yang menguntungkan antara konsumsi dalam negeri dan ekspor.

3. Mempertahankan kedudukan Indonesia dalam pasar dunia.

4. Memperbesar pendapatan negara yang berasal dari minyak dan gas bumi.

5. Turut memecahkan masalah pengangguran.

6.Turut meningkatkan pendapatan nasional dan pendapatan perkapita untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

3.1.4.2 Tugas Pokok PT. Pertamina

Melaksanakan pengusahaan minyak dan gas bumi dengan memperoleh hasil yang sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat dan negara serta menyediakan, melayani dan memenuhi kebutuhan bahan bakar minyak dan gas bumi untuk dalam negeri.

Dalam kegiatan pertambangan di Indonesia, Pertamina dapat melakukan perluasan bidang-bidang usaha selama masih ada hubungannya dengan pengusahaan minyak dan gas bumi serta berdasarkan rencana kerja dan anggaran perusahaan. Kuasa pertambangan tersebut diberikan pada batas dan wilayah serta syarat-syarat yang ditetapkan oleh Presiden atas usul Menteri Pertambangan dan Energi

3.1.5 Struktur Organisasi



Gambar 3.2

3.1.6 Bisnis PERTAMINA

Dalam menyelenggarakan usaha yang bergerak dalam bidang energy dan petrokimia, maka PERTAMINA membagai usahanya dalam dua sector yaitu usaha hulu dan usaha hilir, dan untuk mendukung terlaksananya bisnis tersebut dengan baik maka PERTAMINA dibantu oleh anak – anak perusahaan.

3.1.6.1 SEKTOR HULU

Kegiatan usaha PERTAMINA Hulu meliputi eksplorasi dan produksi minyak, gas, dan panas bumi. Untuk kegiatan eksplorasi dan produksi minyak dan gas dilakukan di beberapa wilayah Indonesia maupun di luar negeri. Pengusahaan di dalam negeri dikerjakan oleh PERTAMINA Hulu dan melalui kerjasama dengan mitra sedangkan untuk pengusahaan di luar negeri dilakukan melalui aliansi strategis bersama dengan mitra. Berbeda dengan kegiatan usaha di bidang minyak dan gas bumi, kegiatan eksplorasi dan produksi panas bumi masih dilakukan di dalam negeri. Untuk mendukung kegiatan intinya, PERTAMINA Hulu juga memiliki usaha di bidang pemboran minyak dan gas. Kegiatan eksplorasi ditujukan untuk mendapatkan penemuan cadangan migas baru sebagai pengganti hidrokarbon yang telah diproduksikan. Upaya ini dilakukan untuk menjaga agar kesinambungan produksi migas dapat terus dipertahankan. Aktivitas eksplorasi dan produksi dilakukan melalui operasi sendiri dan konsep kemitraan dengan pihak ketiga. Pola kemitraan dalam bidang minyak dan gas berupa JOB-EOR (Joint Operating Body for Enhanced Oil Recovery), JOB-PSC (Joint Operating Body for Production Sharing Contract), TAC (Technical Assistance Contract), BOB (Badan Operasi Bersama), penyertaan berupa IP (Indonesian Participation) dan PPI (Pertamina Participating Interest), serta proyek pinjaman; sedangkan pengusahaan panasbumi berbentuk JOC (Joint Operating Contract).

Pengusahaan minyak dan gas melalui operasi sendiri dilakukan di 7 (tujuh) Daerah Operasi Hulu (DOH). Ketujuh daerah operasi tersebut adalah DOH Nangroe Aceh Darussalam (NAD) Sumatra Bagian Utara yang berpusat di Rantau, DOH Sumatra Bagian Tengah berpusat di Jambi, DOH Sumatra Bagian Selatan berpusat di Prabumulih, DOH Jawa Bagian Barat berpusat di Cirebon, DOH Jawa Bagian Timur berpusat di Cepu, DOH Kalimantan berpusat di Balikpapan, dan DOH Papua berpusat di Sorong. Pengusahaan bidang panas bumi

dilakukan di 3 (tiga) area panas bumi dengan total kapasitas terpasang sebesar 162 MW. Ketiga Area Panas Bumi tersebut adalah Area Sibayak (2 MW) di Sumatra Utara, Kamojang (140 MW) di Jawa Barat dan Lahendong (20 MW) di Sulawesi Utara. Sampai akhir tahun 2004 jumlah kontrak pengusahaan migas bersama dengan mitra sebanyak 92 kontrak yang terdiri dari 6 JOB-EOR, 15 JOB-PSC, 44 TAC, 27 IP/PPI (termasuk BOB-CPP) dan 5 proyek loan. Sedangkan untuk bidang panas bumi terdapat 8 JOC. Dalam hal pengembangan usaha, Pertamina telah mulai mengembangkan usahanya baik di dalam dan luar negeri melalui aliansi strategis dengan mitra. Pertamina juga memiliki usaha yang prospektif di bidang jasa pemboran minyak dan gas melalui Pertamina Drilling Service (PDS) yang memiliki 26 unit rig pemboran serta anak perusahaan PT Usayana yang memiliki 7 rig pemboran. Dalam kegiatan transmisi gas, Pertamina memiliki jaringan pipa gas dengan panjang total 3800 km dan 64 stasiun kompresor.

Berikut adalah penjelasan singkat mengenai anak – anak perusahaan PERTAMINA:

1. **PT PERTAMINA EP (PEP)** dengan visi "PEP World Class" pada 2014. Perusahaan ini menyelenggarakan usaha hulu di bidang minyak dan gas bumi meliputi eksplorasi dan eksploitasi, serta penjualan produksi minyak dan gas bumi hasil kegiatan eksploitasi. PEP juga menyelenggarakan kegiatan usaha penunjang lain yang secara langsung maupun tidak langsung menunjang kegiatan usaha tersebut di atas. Wilayah kerja PT Pertamina EP merupakan limpahan dari sebagian besar Wilayah Kuasa Pertambangan Migas PT Pertamina (Persero). Wilayah Kerja yang mulai dikelola oleh PT Pertamina EP sejak 17 September 2005 termasuk di dalamnya seluruh area yang sebelumnya dikerjasamakan oleh PT Pertamina (Persero) melalui TAC (*Technical Assistance Contract*) sebanyak 33 kontrak serta JOB EOR (*Joint Operating Body Enhanced Oil Recovery*) sebanyak 3 kontrak.

2. **PT PERTAMINA GEOTHERMAL ENERGY (PGE)** adalah anak perusahaan Direktorat Hulu PT Pertamina (Persero) yang menangani kegiatan usaha geothermal. Saat ini PGE mengelola 15 Wilayah Kerja

Pertambangan (WKP) panas bumi dengan total cadangan 8.480 MW dan kapasitas terpasang sebesar 852 MW. Dalam pengembangan usaha menuju visi 2014: *"World Class Geothermal Energy Enterprise "*, PGE bertekad untuk menjadi produsen energi geothermal no.3 di dunia dengan kapasitas produksi 1035 M.

3. **PT PERTAGAS** merupakan suatu entitas bisnis yang bergerak dalam usaha niaga, transportasi, distribusi, pemrosesan dan bisnis lainnya yang terkait dengan gas alam dan produk turunannya. Untuk mempertegas definisi dan cakupan keberadaannya, maka PT PERTAGAS pun meyusun pernyataan misi (*mission statement*) sebagai berikut: *"Melakukan bisnis gas bumi dan bisnis terkait secara profesional yang memberikan nilai tambah bagi stakeholders, berwawasan lingkungan, mengutamakan keselamatan dan kesehatan serta keunggulan."* Di ujung 2014, PT PERTAGAS sudah menjadi enterprise kelas dunia yang memiliki usaha di semua lini bisnis gas secara terintegrasi, disegani dan menguasai pasar lokal Indonesia dan luar negeri.
4. **PT PERTAMINA HULU ENERGI (PHE)** adalah salah satu anak perusahaan PT PERTAMINA (PERSERO) yang bergerak di bidang pengelolaan portofolio usaha sektor hulu minyak dan gas bumi serta energi lainnya. Kegiatan PHE kedepan dirancang sesuai visi 2014 yaitu: Menjadi perusahaan multinasional yang terpandang di bidang energi di sektor hulu migas dan energi (*Respectable Multinational Upstream Energy Company*).

   Perusahaan ditugaskan untuk mengelola dan mengembangkan portofolio-portofolio usaha hulu migas yang telah dan/atau akan dijalankan dari berbagai bentuk kerjasama seperti JOB-PSC, IP/PPI, BOB dan sebagainya, baik di dalam maupun luar negeri. Tugas ini tercermin di dalam *mission statement* perusahaan sebagai berikut: *Melaksanakan pengelolaan operasi dan portofolio usaha sektor hulu minyak dan gas bumi serta energi lainnya yang flexible, lincah dan berdaya laba tinggi yang memberikan nilai tambah bagi stakeholders.*
5. **Drilling Service Hulu (DS)** merupakan salah satu *Strategic Business Unit* (SBU) Direktorat Hulu, yang mengelola usaha jasa *drilling* (pemboran)

dan *workover*.

Awalnya DS merupakan fungsi bor di dalam organisasi Pertamina Direktorat Eksplorasi & Produksi. Pada 17 Juli 2006, berdasarkan SK Dirut No. Kpts-081/C00000/2006-S0, struktur organisasi Drilling Services Dit Hulu dikembalikan menjadi SBU di bawah Direktorat Hulu sebagai persiapan membentuk anak perusahaan di 2007.

6. **Exploration and Production Technology Center (EPTC)** dibentuk pada 27 September 2006. Aktivitasnya difokuskan dalam aspek pengembangan dan inovasi teknologi kebumian, untuk tujuan eksplorasi dan produksi dengan menyediakan *end-to-end EP technology solution* yang andal, cepat dan tepat guna.

3.1.6.1 USAHA HILIR

PEMASARAN NIAGA

1. **BBM Retail** merupakan salah satu fungsi di Direktorat Pemasaran dan Niaga yang menangani pemasaran BBM retail untuk sektor transportasi dan rumah tangga. Pertamina melakukan pemasaran BBM Retail melalui lembaga penyalur Retail BBM/BBK yang saat ini tersebar diseluruh Indonesia, seperti SPBU (Statiun Pengisian BBM Untuk Umum), Agen Minyak Tanah (AMT), Agen Premium & Minyak Solar (APMS), serta Premium Solar Packed Dealer (PSPD).

   Saat ini Pertamina sedang berbenah untuk melakukan transformasi di segala bidang, termasuk di fungsi Retail Outlet SPBU. Upaya yang dilakukan dalam perubahan tersebut adalah pemberian standarisasi pelayanan SPBU Pertamina. Pertamina berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan istilah Pertamina Way. Penjabaran Pertamina Way adalah STAF, KUALITAS DAN KUANTITAS, PERALATAN DAN FASILITAS, FORMAT FISIK dan PRODUK DAN PELAYANAN.

   Pertamina Way merupakan standar baru yang diterapkan untuk seluruh Stasiun Pengisian Bahan Bakar Minyak Umum (SPBU Pertamina) di

seluruh Indonesia kepada konsumen baik dari segi pelayanan, jaminan kualitas dan kuantitas termasuk kenyamanan di lingkungan SPBU. SPBU yang telah sukses menerapkan Pertamina Way berhak mendapatkan Sertifikasi Pasti Pas, setelah dinyatakan lolos oleh auditor independen bertaraf Internasional.

2. **BBM Industri & Marine** merupakan satu Divisi di Direktorat Pemasaran dan Niaga, Divisi Pemasaran BBM dengan tugas pokok menangani semua usaha marketing dan layanan jual Bahan Bakar Minyak kepada konsumen Industri dan Marine. BBM yang tersedia meliputi Minyak Solar (High Speed Diesel), Minyak Diesel (Industrial/Marine Diesel Oil), dan Minyak Bakar (Industrial/Marine Fuel Oil).
   Saat ini konsumen BBM Pertamina di sector Industri dan marine mencapai lebih dari 4500 konsumen, tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Beberapa Pelanggan utama kami adalah PT. PLN (Persero), TNI/POLRI, Industri Pertambangan, Industri Besi Baja, Industri Kertas, Industri Makanan, Industri Semen, Industri Pupuk, Kontraktor Kontrak Kerja Sama, transportasi air dan industry lainnya. Di bidang Marine, kami fokus dalam meningkatkan volume penjualan. Dan memperluas area dan lokasi layanan BBM Pertamina di semua Pelabuhan penting di Indonesia.
   Kelebihan utama BBM Pertamina adalah adanya jaminan ketersediaan dan supply BBM. Pertamina memiliki jaringan yang luas diseluruh daerah dan pelosok di Indonesia yang didukung oleh dan 7 kilang milik Pertamina maupun sumber dari luar negeri, sarana dan prasarana angkutan BBM yang lengkap, serta lebih dari 120 lokasi Depot, Terminal Transit dan Instalasi yang tersebar di seluruh Indonesia. Mutu produk BBM dan kualitas serta kuantitas layanan yang terjamin serta memenuhi standard Internasional .
3. **Pelumas,** bisnis pelumas adalah usaha yang prospektif mengingat PERTAMINA merupakan Market Leader pasar pelumas dalam negeri selama lebih dari 30 tahun. Bisnis Pelumas PERTAMINA terdiri atas bisnis dalam negeri untuk segmen retail maupun segmen industri, dan

bisnis pelumas luar negeri. Di samping produk jadi, Pelumas PERTAMINA juga melayani kebutuhan Base Oil Group I dan Base Oil Group III (mulai medio 2008). Pangsa pasar kami saat ini mencapai 54% di segmen retail dan 58% di segmen industri. Untuk segmen retail di dalam negeri, Pelumas PERTAMINA memasarkan lebih dari 17 Brand, sementara untuk segmen industri sebanyak 18 Brand. Untuk pasar luar negeri, PERTAMINA memasarkan 3 Brand yang merupakan extension dari Brand di dalam negeri. Untuk Lube Base Oil, PERTAMINA memasarkan 5 jenis kekentalan untuk LBO Group I, dan 2 jenis kekentalan untuk LBO Group III. Pemasaran Pelumas PERTAMINA di dalam negeri, didukung oleh 7 Sales Region, 180 Agen Pelumas, dan 45 OliMart, tersebar dari Sabang sampai Merauke.

4. **Gas Domestik,** sejak 1968 Unit Gas Domestik telah berkomitmen untuk melayani seluruh masyarakat Indonesia dengan menyediakan LPG sebagai bahan baku dan bahan bakar untuk keperluan rumah tangga, komersial dan industri dengan menggunakan brand "Elpiji". Akhir-akhir ini, Elpiji menjadi lebih dikenal dan dekat dengan masyarakat dengan adanya program Pemerintah untuk mengkonversi Minyak Tanah ke Elpiji, yang ternyata telah terbukti lebih ekonomis, efisien dan ramah lingkungan dibanding Minyak Tanah. Dalam era "Langit Biru", Unit Gas Domestik memegang peranan penting dalam menyukseskan program ini. Disamping Elpiji, sejak tahun 1987 Unit Gas Domestik juga telah mensuplai bahan bakar gas dengan menggunakan CNG (Compressed Natural Gas), dibawah brand "BBG". "Musicool", hidrokarbon refrigerant yang ramah lingkungan, yang telah diluncurkan pada tahun 2004, menjadi satu bukti dari komitmen kami untuk mewujudkan lingkungan hidup yang lebih baik dengan menjaga lapisan ozon dari kerusakan dan Efek Pemanasan Global. Saat ini, diversifikasi energi merupakan suatu keharusan dalam rangka mengantisipasi krisis minyak bumi yang disebabkan adanya kecenderungan penurunan cadangan minyak bumi. Bersama dengan Penelitian dan Laboratorium PT. Pertamina (Persero), Unit Gas Domestik

mengembangkan LPG untuk transportasi atau LGV (Liquefied Gas for Vehicle) dibawah brand "Vi-Gas" dan GPC (Gassified Petroleum Condensat), yang juga dapat dipakai sebagai bahan bakar untuk memasak seperti Elpiji. Perbaikan yang berkelanjutan terus menerus selalu dilakukan oleh Unit Gas Domestik dalam mengembangkan produk-produknya, didukung oleh infrastruktur yang handal dan keinginan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik serta memberikan dukungan terbaik bagi pemerintah Indonesia, masyarakat, dan lingkungan. Pelayanan dan produk-produk yang terbaik dapat diartikan sebagai kepuasan pelanggan yang diharapkan akan mewujudkan kehidupan masyarakat Indonesia yang berkualitas.

5. **Niaga,** Divisi Niaga adalah divisi yang bernaung dibawah Direktorat Pemasaran & Niaga dengan bisnis inti melakukan ekspor-impor dan penjualan domestik untuk Minyak mentah, BBM, dan produk Petrokimia, dengan nilai uang atau revenue yang dikelola sekitar 135 trilyun rupiah pertahun. Bisnis ekspor-impor dan penjualan domestik tersebut dikelola melalui 3 (tiga) Fungsi dibawahnya, yakni Unit Usaha Minyak Mentah & BBM, Unit Usaha Niaga Non BBM, dan fungsi perencanaan, evaluasi dan pengembangan serta koordinasi yakni Fungsi Reneval Niaga. Bisnis inti Niaga Minyak mentah & BBM adalah melakukan trading dibidang impor BBM sekitar 120.000.000 (seratus duapuluh juta) Barrel per tahun dan ekspor Minyak mentah sekitar 7.000.000 (tujuh juta) Barrel per tahun, serta mengekspor produk minyak 33.000.000 Barrel per tahun, yang terdiri dari produk Naphta 3.600.000 Barrel per tahun, produk Decant Oil sekitar 2,600.000 (dua juta enam ratus ribu) Barrel per tahun dan sekitar 26.800.000 (dua puluh enam juta delapan ratus ribu) Barrel pertahun, yang bersumber dari kilang Unit Pengolahan PERTAMINA. Sedangkan bisnis inti Niaga Non BBM adalah menjual produk NBBM baik di pasar dalam negeri maupun ekspor yang bersumber dari kilang Unit Pengolahan PERTAMINA sendiri, dengan volume penjualan per tahun mencapai sekitar 2 (dua) juta mt dengan memperoleh revenue sekitar 11 (sebelas) trilyun rupiah dan profit sekitar 1,65 trilyun rupiah.

Sejalan dengan berubahnya PERTAMINA menjadi PT PERSERO yang mulai fokus pada orientasi profit, Niaga Non BBM mulai menjalankan trading (jual-beli) produk NBBM dengan melakukan impor untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri terutama untuk produk yang mengalami shortage of supply/production dalam rangka untuk meningkatkan profit sekaligus untuk meningkatkan pangsa pasar PERTAMINA. Adapun Reneval Niaga adalah Fungsi yang melakukan perencanaan, evaluasi, pengembangan serta koordinasi untuk mendukung bisnis ke dua Fungsi Unit Usaha diatas yakni Fungsi Niaga Minyak Mentah & BBM dan Fungsi Niaga Non BBM. **Aviasi** merupakan salah satu unit bisnis PERTAMINA - perusahan nasional yang bergerak di bidang energi, minyak, gas dan petrokimia - yang melakukan usaha pemasaran serta penyediaan produk dan layanan bahan bakar penerbangan di Indonesia dan Timor Leste, PERTAMINA Aviasi memiliki aspirasi untuk menjadi pemasar dan penyedia layanan bahan bakar penerbangan kelas dunia dengan jaringan global. Hal ini tertuang pada Visi PERTAMINA Aviasi, dan telah menjadi komitmen dan tujuan kami untuk senantiasa mengembangkan value propositions perusahaan bagi pelanggan dan stakeholders lainnya. Dalam penyediaan produk dan layanan, kami memiliki kebijakan, sistem dan prosedur yang ketat dengan perhatian utama pada keselamatan penerbangan melalui pengimplementasian standar internasional tentang persyaratan kualitas dan penanganan produk dengan memperhatikan persyaratan pelanggan, industri dan peraturan lindungan lingkungan.

6. **Perkapalan** PERTAMINA Perkapalan hadir melayani dengan menjunjung tinggi dan mengunggulkan nilai budaya dan citra perusahaan. Merupakan suatu kebanggaan bagi PERTAMINA untuk memberikan pelayanan di bidang pelayaran, menjadi perusahaan perkapalan yang maju dan terpandang di era baru.
   Keunggulan kami terletak pada pengalaman luas dan keahlian yang tinggi dalam distribusi minyak mentah, gas, petrokimia, dan produk lain sejenisnya melalui jalur laut di negara kepulauan. Berkantor pusat di

Tanjung Priok, Jakarta, kami akan senantiasa memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan di seluruh pelosok tanah air Indonesia. Dengan Misi menjadi penyedia layanan logistik yang professional untuk produk minyak, gas, petrokimia, dan produk - produk kilang lainnya, PERTAMINA Perkapalan saat ini mengelola dan mengoperasikan lebih dari 130 kapal charter dengan berbagai tipe kapal dari Bulk Lighter hingga VLCC (Very Large Crude Carrier). Tiap tahun, kami mendedikasikan diri untuk mengangkut sekitar 70 juta Long Ton. Armada kami mencakup lebih dari 135 pelabuhan di segala penjuru tanah air.

3.1.7 Produk Pertamina

1. Bahan Bakar Minyak

Produk BBM yang terdiri dari :

- Minyak Bensin
- Minyak Tanah
- Minyak Solar
- Minyak Diesel
- Minyak Bakar

2. Bahan bakar Khusus

Produk BBK yang terdiri dari :

- Aviation Gasoline (BBM pesawat udara)
- Aviation Turbine Fuel (BBM pesawat udara ber-turbin)
- Bio Solar
- Pertamax
- Pertamax Plus
- Pertamina Dex
- Bio Pertamax

3. Non BBM

Bahan bakar bukan minyak yang terdiri dari :

- Aspal

- Pelumas (Lube Base Oil)
- Pelarut (Solvent)
- Green Coke
- Calcined Coke
- Slack Wax
- Heavy Aromate

5. Gas

Terdiri dari LPG (Liqueified Petroleum Gas), BBG (Bahan Bakar Gas), Musicool (Pengganti CFC yang ramah lingkungan).

6. Petrokimia

Berbagai produk petrokimia PERTAMINA

7. Pelumas

Automotive Gear Oil

- Circulating Oils
- Heavy Duty Diesel Engine Oils
- Industrial and Marine Engine Oils
- Industrial and Hydraulic Oils
- Passenger Car Oils
- Powershift Transmissions and Heavy Equipment Hydraulic Oils
- Refrigerating Oils
- Two Stroke Gasoline Engine Oils

3.2 Gambaran Umum PT. PERTAMINA (Persero) Upms III Cabang Bandung

PT. Pertamina (Persero) Upms III Cabang Bandung yang berkedudukan di Jl. Wirayudha No. 1 Bandung merupakan unit kerja dari PT. Pertamina (Persero) Upms III Jakarta, yang mempunyai misi melayani kebutuhan BBM dan Non-BBM (Pelumas dan Elpiji) produksi Pertamina bagi masyarakat di wilayah kerja cabang Bandung. Wilayah kerja cabang Bandung meliputi : Kotamadya Bandung,

Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Sumedang, Kota dan Kabupaten Tasikmalaya, Kabupaten Garut, Kabupaten Banjar dan Kabupaten Ciamis.

Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, didukung oleh depot/DPPU yang berada dibawah pengawasan cabang Bandung yaitu : Depot Padalarang, Depot Ujung Berung, Depot Tasikmalaya, DPPU Husein Sastranegara. Pengawasan di lapangan dan penyaluran BBM dan Non-BBM kepada masyarakat dilaksanakan oleh 2 (dua) petugas wira penjualan berdasarkan sektor wilayah kerja dan sales petugas *engineer*.

3.2.1 Produk PT. PERTAMINA (Persero) Upms III Cabang Bandung

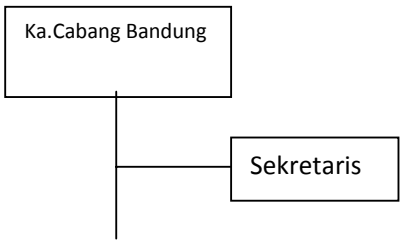
Adapun kegiatan usahanya adalah memasarkan dan menyalurkan produk minyak bumi dan gas (MIGAS), diantaranya :

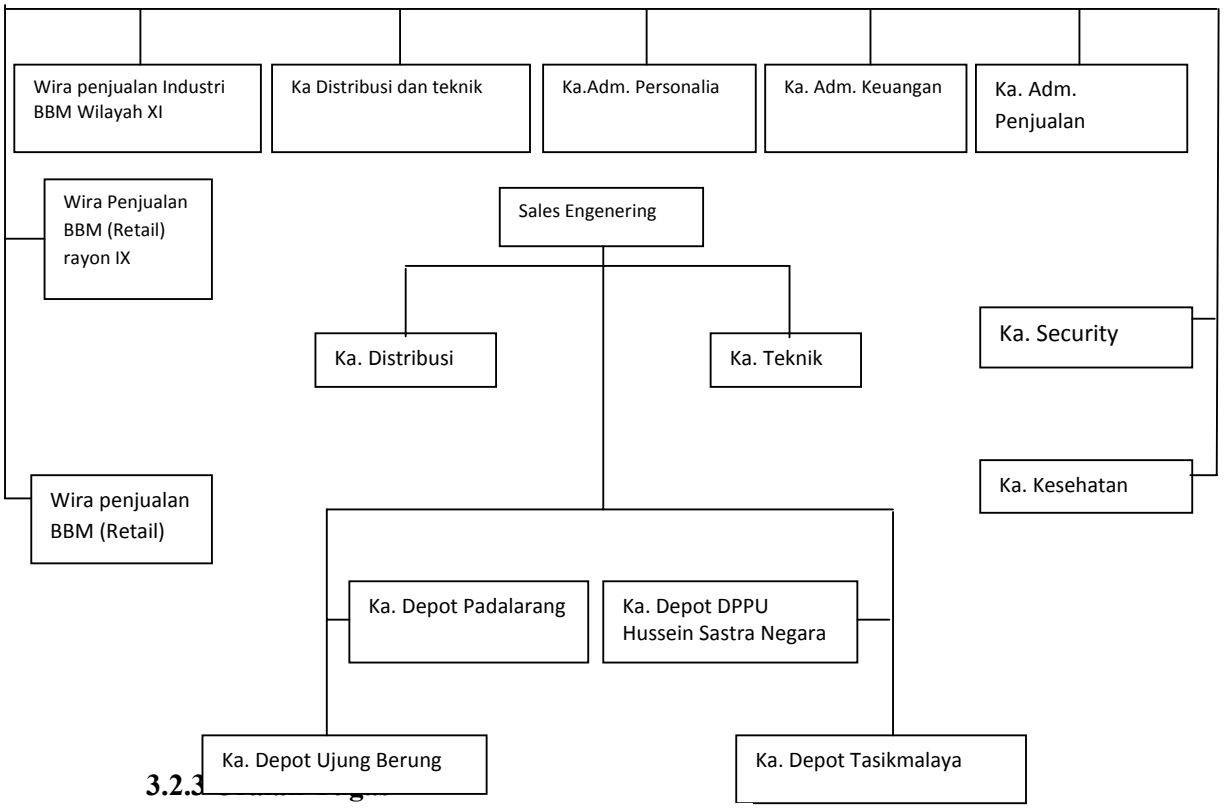
- Bahan Bakar Minyak (BBM) diantaranya : Premium, Solar, Pertamax, Pertamax Plus, Minyak Diesel, Minyak Bakar.
- ELPIJI.
- Pelumas otomotif dan industri diantaranya : Prima XP, Fastron, Mesran dan lain-lain.

3.2.2 Struktur Oraganisasi

Strukutur Organisasi

Unit Pemasaran III Cabang Bandung





3.2.3

Gambar 3.3.

1.Kepala Cabang

Fungsi : Mengawasi / mengontrol / memonitoring setiap kepala fungsi dan berhak memutuskan dan menjalankan setiap pelaksanaan tugasnya.

2. Wira Penjualan Rayon XI Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang

Fungsi : Untuk memperlancar proses pembuatan SPBU dan mengawasi serta mengontrol baik losis dan volume menurut wilayah SPBU tersebut; memantau dan mengawasi penjualan BBM dan Non BBM untuk wilayah Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang.

3. Wira Penjualan Rayon IX Kota dan Kabupaten Bandung

Fungsi : Untuk memperlancar proses pembuatan SPBU dan mengawasi serta mengontrol baik losis dan volume menurut wilayah SPBU tersebut; memantau dan mengawasi penjualan BBM dan Non BBM untuk wilayah Kota dan Kabupaten Bandung.

4. Sales Engineering

Fungsi : Mendistribusikan Non BBM yaitu pelumas kepada agen-agen besar dan juga memantau serta mengecek lossis dari para bengkel-bengkel serta konsumen sebagai pengguna.

5. Kepala Distribusi

Fungsi : Memantau lossis BBM terhadap depot-depot setempat dan juga mengontrol pendistribusian BBM dari depot-depot yang diangkut melalui transportir hingga pada SPBU setempat.

6. Kepala Teknik

Fungsi : Melakukan pengecekan unsur-unsur teknisi yang berada di depot-depot serta melakukan penanggulangan terhadap kerusakan pada saluran pipa BBM dan menindaklanjuti kemungkinan adanya pencemaran.

7. Kepala Penjualan

Fungsi : Untuk menerima laporan setiap bulannya baik dari setiap SPBU ataupun dari agen-agen minyak tanah dan juga memeriksa penandatanganan kontrak dari para agen-agen dan pengusaha.

8. Kepala Keuangan

Fungsi : Mendata serta mengontrol pemasukan, pengeluaran dan membuat laporan akhir bulan yang akan diteruskan ke kepala keuangan perusahaan.

9. Kepala Personalia

Fungsi : Untuk mengkoordinir dan mengesahkan setiap penandatangana masalah intern di perusahaan dan berhak mengatur para tenaga kerja sesuai kapasitas dan kualitas.

10. Kepala Security

Fungsi : Mengamankan, mengawasi, mengontrol baik dari aktifitas tempat dimana perusahaan itu berdiri.

11. Kepala Kesehatan

Fungsi : Memeriksa dan mengobati para pasien mengenai keluhan penyakitnya serta memberi izin mengenai emergency ke rumah sakit dengan sesuai prosedur menurut aturan perusahaan.

12. Kepala Depot Padalarang

Fungsi : Mendistribusikan volume BBM ataupun Non – BBM, mengecek dan mengontrol volume dari tiap – tiap tangki timbun hingga sampai mengatur jumlah pengambilan BBM dan Non – BBM dari pihak transportir.

13. Kepala Depot Ujung Berung

Fungsi : Mendistribusikan volume BBM ataupun Non – BBM, mengecek dan mengontrol volume dari tiap – tiap tangki timbun hingga sampai mengatur jumlah pengambilan BBM dan Non – BBM dari pihak transportir.

14. Kepala Depot Tasikmalaya

Fungsi : Mendistribusikan volume BBM ataupun Non – BBM, mengecek dan mengontrol volume dari tiap – tiap tangki timbun hingga sampai mengatur jumlah pengambilan BBM dan Non – BBM dari pihak transportir.

15. Kepala DPPU Husein

Fungsi : Mendistribusikan volume BBM khususnya avtur dan mengontrol pengecekan masuknya avtur ke dalam tiap – tiap pengisian pesawat terbang.

3.3 Gambaran Umum DEVISI BBM INDUSTRI & MARINE

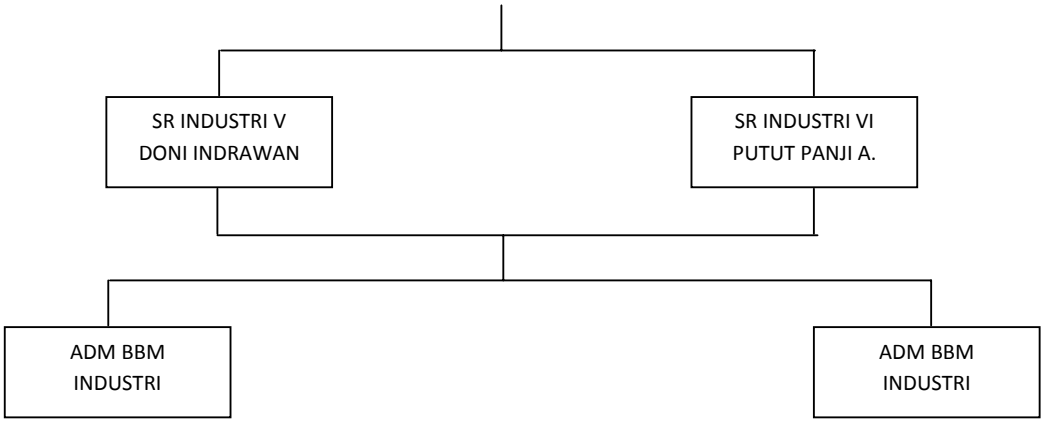
1. **BBM Industri & Marine** merupakan satu Divisi di Direktorat Pemasaran dan Niaga, Divisi Pemasaran BBM dengan tugas pokok menangani semua usaha marketing dan layanan jual Bahan Bakar Minyak kepada konsumen Industri dan Marine. BBM yang tersedia meliputi Minyak Solar (High Speed Diesel), Minyak Diesel (Industrial/Marine Diesel Oil), dan Minyak Bakar (Industrial/Marine Fuel Oil).
   Saat ini konsumen BBM Pertamina di sector Industri dan marine mencapai lebih dari 4500 konsumen, tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Beberapa Pelanggan utama kami adalah PT. PLN (Persero), TNI/POLRI, Industri Pertambangan, Industri Besi Baja, Industri Kertas, Industri Makanan, Industri Semen, Industri Pupuk, Kontraktor Kontrak

Kerja Sama, transportasi air dan industry lainnya.
Di bidang Marine, kami fokus dalam meningkatkan volume penjualan. Dan memperluas area dan lokasi layanan BBM Pertamina di semua Pelabuhan penting di Indonesia.
Kelebihan utama BBM Pertamina adalah adanya jaminan ketersediaan dan supply BBM. Pertamina memiliki jaringan yang luas diseluruh daerah dan pelosok di Indonesia yang didukung oleh dan 7 kilang milik Pertamina maupun sumber dari luar negeri, sarana dan prasarana angkutan BBM yang lengkap, serta lebih dari 120 lokasi Depot, Terminal Transit dan Instalasi yang tersebar di seluruh Indonesia. Mutu produk BBM dan kualitas serta kuantitas layanan yang terjamin serta memenuhi standard Internasional .

3.3.1 STRUKTUR ORGANISASI

Struktur Organisasi BBM INDUSTRI & MARINE REGION II CABANG BANDUNG

SAM JABAR HADI PRANOTO



Gambar 3.4

3.3.2 JOB DESCRIPTION

- **SR INDUSTRI V**

DONI INDRAWAN

1. Membuat perkiraan penjualan BBM bagi Konsumen/pelanggan Industri untuk Wilayahnya per jenis, per produk dan dalam priode bulanan, triwulanan, tahunan, dan lima tahunan.
2. Merencanakan dan mengevaluasi penambahan konsumen industri serta peningkatan kebutuhan BBM bagi Industri Manufacture, Pertambangan, Kimia, Energi, Konstruksi, Transportasi, dan Industri Lainnya.
3. Membuat analisa dan rencana tindak lanjut terhadap hasil perkembangan pasar/ permintaan konsumen/pelanggan industri/TNI Polri dan Bunker pemakai BBM, baik jumlah maupun kecenderungan-kecendrungan pasar yang lainnya berkaitan dengan aktivitas pesaing.
4. Membuat alternatif Pola Distribusi penjualan BBM kepada Konsumen/pelanggan industri/TNI Polri dan Bunker di Wilayah kerjanya.
5. Melaksanakan kunjungan rutin/ visit ke Konsumen/ pelanggan industri/TNI Polri dan Bunker dalam rangka pembinaan dan pengawasan mutu.

6. Membuat Visit Report (Laporan kunjungan) Laporan Bulanan dan Laporan Khusus dalam situasi tertentu tentang kondisi Wilayah kerjanya kepada Manajer Penjualan.
7. Melaksanakan pemantauan stock yang ada di konsumen Industri (Pabrik-pabrik) yang berada di Wilayah kerjanya.
8. Mengupayakan peningkatan pasar BBM, serta merencanakan dan melaksanakan Promosi BBM, dalam rangka usaha pengenalan produk, peningkatan penjualan, dan keamanan penggunaan produk BBM
9. Membantu SE,WP LPG/Petrokimia dalam memelihara dan meningkatkan penjualan produk Non BBM untuk konsumen/pelanggan industri/TNI Polri dan Bunker
10. Memonitor produk-produk dengan mencari data produk saingan mengenai harga, sifat produk/kualitas dan membuat analisa untuk di sampaikan ke Manajer Penjualan.
11. Menjalin dan berkoordinasi dengan Instansi Pemerintah, TNI/POLRI, Perbankan, Mass-Media dan Instansi lain di Wilayah kerjanya dalam hal yang berhubungan dengandistribusi BBM ke Industri
12. Membantu penyelesaian permasalahan BBM, Industri di Wilayah kerjanya sesuai kapasitas fungsi Penjualan.
13. Memelihara Konsumen/Pangsa Pasar BBM Industri yang sudah ada dan berusaha untuk menciptakan/ mengembangkan Konsumen/ Pangsa Pasar Baru di Wilayah kerjanya.
14. Melaksanakan dan koordinasikan kegiatan layanan purna jual BBM, berupa test laboratorium, penyuluhan, bantuan teknis penggunaan dll kepada konsumen dan pelanggan industri/TNI Polri dan Bunker
15. Memantau dan melaporkan kejadian-kejadian penting situasi umum yang behubungan langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan penjualan BBM Industri baik permasalahan maupun kondisi persaingan untuk keperluan informasi bagi Manajemen.

16. Memberikan informasi perbaikan / Up dating data langganan ke kantor Unit, serta menyusun dan membuat buku pintar di wilayah kerjanya sebagai informasi Manajemen

- **SR INDUSTRI VI**

PUTUT PANJI AKHMADI

1. Menyusun strategi atau program dan target pemasaran tahunan untuk menjawab situasi dan kondisi pasar
2. Merencanakan dan melaksanakan kunjungan kesetiap agen dan industry-industri yg ada diwilayah Cirebon yang berpengaruh terhadap misi pemasaran BBM
3. Menyusun laporan aktifitas pemasaran BBM secara berkala maupun insidentil kepada kepala cabang pemasaran wilayah Cirebon
4. Membantu unit Supply dan Distribusi dalam hal pembinanaan profesionalisme operasional lembaga pendistribusian BBM Industri
5. Melaksanakan pemantauan dan pengendalian semua kebijaksanaan penjualan BBM dan aktivitas pesaing di Wilayah kerjanya.
6. Mengoperasikan SAP sesuai modul yang diperuntukkan dan menjadi kewenangannya.

- **Administrasi BBM INDUSTRI**

GINA N. KRESNAWATI

1. Permohonan SP- SH
2. Membuat Surat Pelayanan BBM
3. Input Data Costumer
4. Filling Document
5. Costumer Care
6. Sample BBM

7. Fax/ Memo/ Surat (Internal)
8. Cek Pengambilan BBM Rumah Sakit

- **Administrasi BBM INDUSTRI**
  RIKA PUSPITASARI

1. Membuat weekly report
2. Administrasi internal (Pengajuan SPD, Booking Hotel, dll)
3. Buat Log Book
4. Filling Dokumen
5. Customer Care
6. Organize Outgoing Letter (Offering Letter, Invitation, Invoice, dll)
7. Cek SP3M (Militer) : Occasional
8. Membuat memo / melalui fax
9. Perjanjian Kerja Sama (PKS)
10. Maintenance industry

3.3.3 PERTAMINA WAY BUNKER

PT Pertamina (Persero) meresmikan peluncuran *Pertamina Way Bunker*, Pemasaran BBM Industri dan Marine, yaitu unit layanan penyedia bahan bakar minyak (BBM) untuk kapal dan konsumen perkapalan di Tanjung Priok, Jakarta. Dalam sambutannya, Ahmad Faisal, Direktur Pemasaran dan Niaga PT Pertamina (Persero), "*Pertamina Way Bunker* adalah penyeragaman prosedur atau standar pelayanan *bunker* yang harus dicapai oleh setiap *Mobile Bunker Agent* guna memberikan pelayanan dengan kualitas maupun kuantitas yang optimal sesuai standar yang berlaku dalam bisnis bunker kelas dunia."

Tingginya persaingan bisnis penyedia BBM untuk konsumen perkapalan mendorong Pertamina beserta para *Mobile Bunker Agent*-nya melakukan upaya peningkatan kinerja unit Pemasaran BBM Industri dan Marine berpedoman pada standar Internasional

Pertamina memiliki 77 *Mobile Bunker Agent* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pertamina berencana meningkatkan kualitas pelayanan *bunker*-nya melalui penerapan prosedur pelayanan *bunker* berstandar internasional. Sebagai *pilot project*, telah ditunjuk 4 (empat) *Mobile Bunker Agent* dari 16 *agent* yang dimiliki Pertamina Region II; adalah yang dikelola oleh PT Samugara Arthajaya, PT Ardila Insan Sejahtera, PT Arghaniaga Panca Tunggal dan PT Figar Jaya Samudera.

Mobile Bunker Agent tersebut telah dibekali dengan berbagai program pelatihan di antaranya ‘Pelatihan *Bunker Crew*', ‘*Cargo Officers*', ‘*Fire Fighting*' serta masing-masing dilengkapi dengan Buku Panduan ‘Standard Pelayanan *Bunker* Kapal' sebagai pedoman pelaksanaan *Pertamina Way Bunker*. Pada akhir 2009, Pertamina Way Bunker direncanakan untuk dikembangkan dan diimplementasikan di semua Region I, III dan IV. .
Pertamina Way Bunker yang melibatkan seluruh fungsi terkait ini diupayakan guna memberi nilai tambah dalam standar pelayanan agar mampu bersaing di pasar internasional sejalan dengan sasaran Pertamina untuk menjadi *world class national oil company*.

BAB IV

ANALISIS SISTEM

4.1 Analisis system

Analisis system merupakan suatu tahapan yang dilakukan sebelum tahapan perancangan berupa penguraian tentang permasalahan dan kebutuhan suatu system untuk segera diusulkan suatu perbaikan-perbaikan. Tahapan analisis

merupakan tahapan yang kritis dan sangat penting, karena kesalahan di dalam ini akan menyebabakan kesalahan di tahap selanjutnya.

Menrut Jogiyanto, definisi dari analisis system yaitu :

Analisis merupakan penguraian dari suatu system informasi yang uth ke dalam bagian-bagian komponenennya dengan maksud untuk mengidetifikasikan dan mengrvaluasi permasalahan kesempatan – kesempatan dan hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.

Dalam menganalisis suatu system terdapat langkah yang harus dikerjakan sbb :

1. Identify yaitu mengidentifikasi masalah
2. Understand yaitu memahami kerja dari system yang ada.
3. Analyze yaitu menganalisis system
4. Report yaitu membagi laporan

4.1.1 Analisis dokumen

Analisis yang bilakukan terhadap dokumen bertujuan untuk mengetahui isi dari dokumen yang akan disampaikan, baik yang membuat maupun yang menerima dokumen akan memuat item data di dalam dokumen tersebut akan dianalisis berdasarkan proses dan prosedur yang berjalan pada PT. Pertamia (Persero) dapat dilihat pada table 4.1

Jenis-jenis dokumen yang digunakan sbb:

No	Nama dokumen	Fungsi	Elemen data
1.	Po Customer(Purchase order customer)	Menginformasikan seluruh data pembelian dari pelanggan	No, po, nama customer, kode agen, lama pesanan, tanggal order, banyaknya pesanan,harga per liter, total harga.

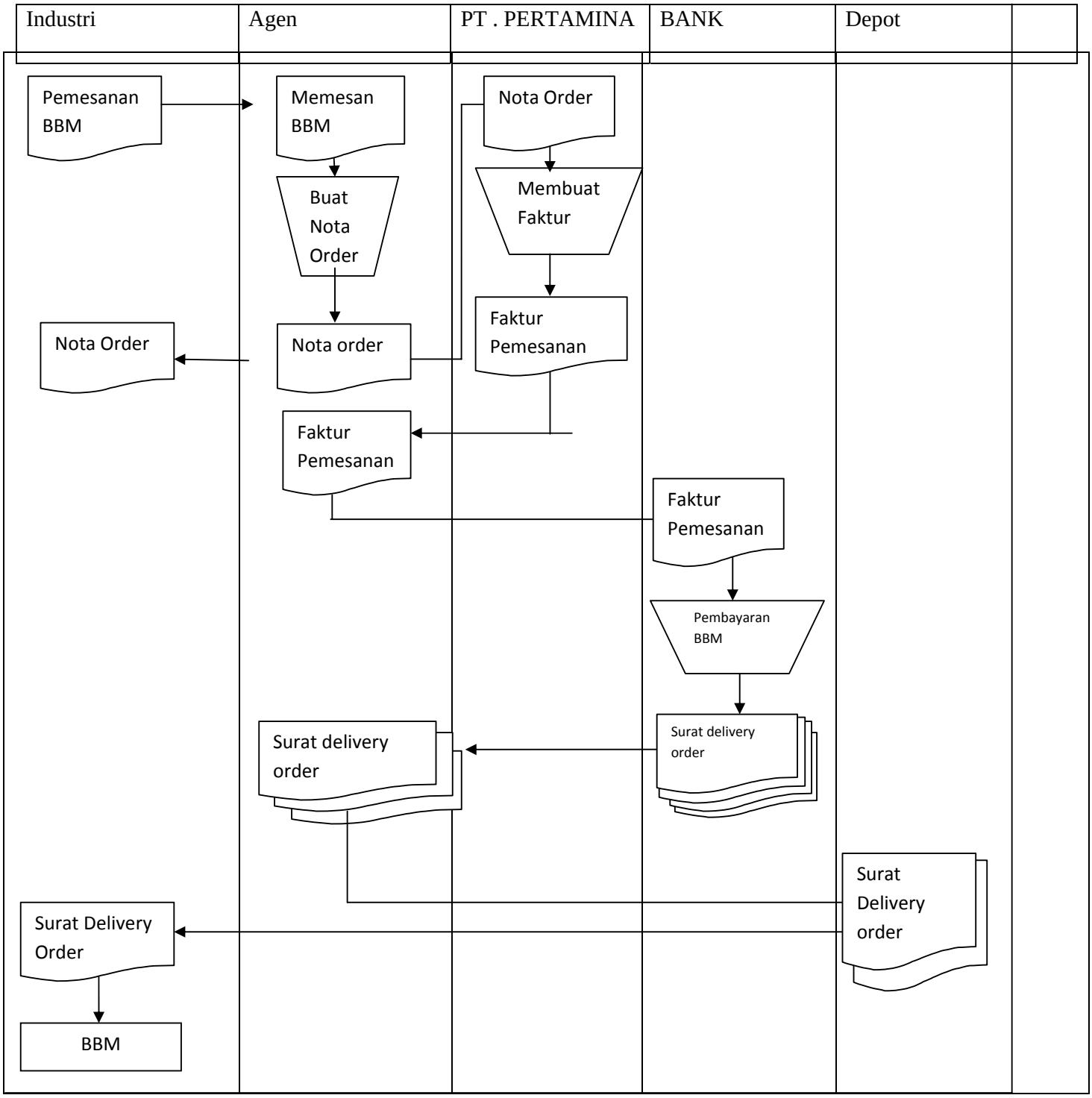
2.	Op (order penjualan)	Menginformasikan seluruh data order yang diterima	No op, tanggal op, nama op, nama pengirim,
3.	Do (Delivery order)	Menginformasikan seluruh data pengiriman bbm	No do, tanggal do, nama depot, surat jalan.

Tabel 4.1.

4.1.2. Analisis Prosedur Yang Sedang Berjalan

4.1.2.1 Flow map

Berikut adalah gambar bagan alir data (flowmap) dari prosedur Analisis penjualan bahan bakar minyak pada PT.Pertamina Bandung yang sedang berjalan.

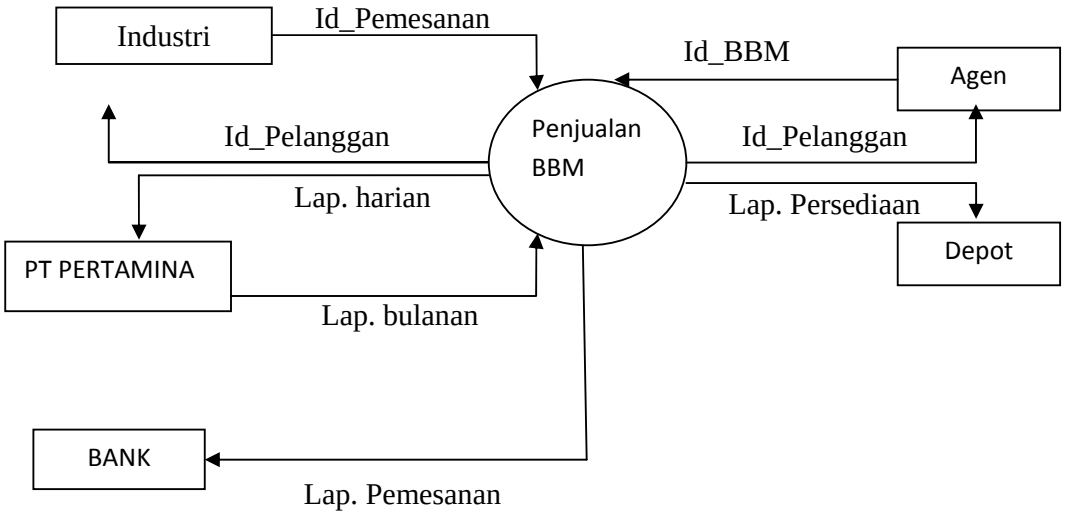

Industri
Agen
PT . PERTAMINA
BANK
Depot
Pemesanan BBM
Memesan BBM
Nota Order
Buat Nota Order
Membuat Faktur
Nota Order
Nota order
Faktur Pemesanan
Faktur Pemesanan
Faktur Pemesanan
Pembayaran BBM
Surat delivery order
Surat delivery order
Surat Delivery order
Surat Delivery Order
BBM

Tabel 4.1

Prosedur penjualan BBM

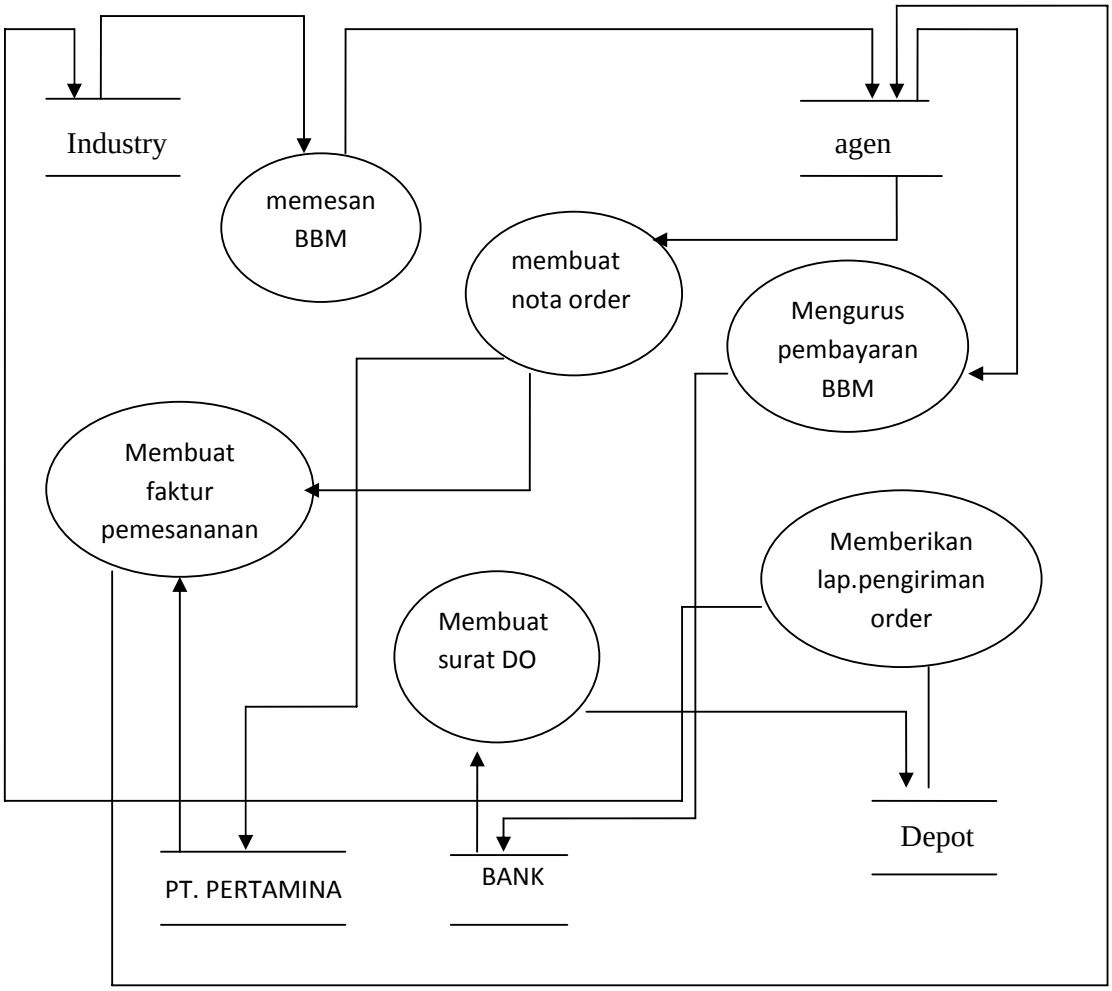
- Industry melalui agen melakukan pemesanan BBM
  Industry memesan 100 KL kepada agen untuk memproduksi barang.
- Agen membuat nota order pembelian BBM untuk industry sebagai bukti bahwa pelanggan telah melakukan pemesanan
- PT PERTAMINA menerima nota order pemesanan industry dari agen kemudian membuat faktur pemesanan dan diberikan kepada BANK
- BANK menerima faktur pemesanan dari PT PERTAMINA dan langsung diberikan kepada agen
- agen mengirim delivery order ke depot.
- Kemudian dari depot mengirim bbm ke industri.

4.1.2.2 diagram konteks



Gambar 4.2.

4.1.2.3 Data Flow Diagram



Gambar4.3.

4.1.3. Evaluasi sistem yang berjalan

Setelah melakukan analisis terhadap sistem yang berjalan yaitu penjualan BBM pada PT PERTAMINA masih sedikit bermasalah yaitu dalam pemesanan BBM yang sering terlambat dalam pengiriman BBM dari depot sehingga menjadikan industri kurang begitu nyaman dengan keterlambatan pengiriman BBM dan membuat proses produksi menjadi terlambat.

Namun seiring berjalannya waktu PT PERTAMINA mulai memaksimalkan kinerja pengiriman BBM

Penyebab Masalah

1. Depot

   Merupakan tempat pengisian BBM dalam pengisian BBM kedalam tangki-tangki BBM namun keterbatasan tangki membuat pengiriman BBM menjadi terhambat.

2. Harga BBM

   Harga BBM yang berubah tiap 2 minggu sekali hal ini sudah merupakan kebijakan PT PERTAMINA dalam penjualan BBM. Tetapi hal tersebut menjadi kendala dikarenakan industri banyak yang mengeluh pada perubahan harga BBM tersebut.

Langkah-langkah penyelesaian

1. Depot harus menambah tangki-tangki BBM agar pengiriman lebih cepat dan sesuai dengan waktu yang diminta.
2. Sebelum terjadi perubahan harga pada BBM, PT PERTAMINA terlebih dahulu menginformasikan perubahan harga BBM tersebut melalui pengiriman Fax atau informasi secara online kesetiap industri.

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTEK

Judul : ANALISIS PENJUALAN BAHAN BAKAR MINYAK UNTUK INDUSTRI PADA PT. PERTAMINA

Nama dan NIM : Yohana Damai Jayanti (10506081)

Heni marlina (10506071)

Neneng Irma (10506063)

Jurusan : Manajemen Informatika (S-1) / Semester VI

Disahkan dan disetujui di kota dan tanggal

Bandung, ...

Menyetujui,

Dosen Pembimbing,	Pembimbing Perusahaan,
Citra Noviyasari	**Doni Indrawan**
NIP . 4127 700 6009	**NIP . 744494**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Informatika

Dadang Munandar, S.E., M.Si.

NIP . 4127 700 6019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan pada kehadirat illahi robbi, karena dengan rahmat dan karunianya kami dapat menyelesaikan kewajiban dan tugas yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan tugas laporan kuliah kerja praktek yang menjadi salah satu syarat dalam memenuhi / melengkapi program studi Strata-1, Semester VI, Jurusan Manajemen Informatika, Fakultas Teknik & Ilmu Komputer, Universitas Komputer Indonesia dengan judul "***Analisis penjualan bahan bakar minyak untuk industri***".

Kami berharap semoga hasil laporan kegiatan kuliah praktek kerja ini mempunyai manfaat, khususnya bagi kami sebagai penulis dan pembaca pada umumnya. Hasil laporan kerja praktek masih jauh dari sempurna, maka dari itu kami sebagai penulis laporan KP ini harap dimaklumi, karena kami masih dalam tahap / proses pembelajaran, kami mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk kesempurnaan hasil laporan kerja praktek di masa yang akan datang agar lebih baik dan sempurna.

Seluruh kegiatan ini tentu tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada para pihak yang membantu dalam penyusunan hasil laporan ini :

1. Citra Noviyasari S.SI,MT selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan laporan kerja praktek.
2. Ibunda tercinta serta keluarga yang telah memberikan kasih sayang, bimbingan, serta dorongan baik secara moril maupun materil.
3. Bapak Machmud terima kasih atas ijinnya menerima kami kerja praktek di perusahaan tersebut serta mendidik kita untuk belajar disiplin.

4. Bapak Hadi Pranoto dan Bapak Doni Indrawan sebagai tutor lapangan yang telah memberikan bimbingan selama penulis magang.
5. Kerabat kerja serta teman - teman praktek kerja dari STIKom Bandung dan Universitas Diponegoro

Bandung, Oktober 2009

Penulis

DI PT. PERTAMINA (PERSERO)

CABANG BANDUNG

Laporan Kerja Praktek

Diajukan untuk memenuhi syarat salah satu mata kuliah kerja praktek pada program studi S-1 Jurusan Manajemen Informatika

Disusun Oleh :

1. YOHANA DAMAI JAYANTI (10506081)
2. HENI MARLINA (10506071)
3. NENENG IRMA (10506063)



JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2009

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 3.1 Logo Pertamina …….17

Gambar 3.2 Struktur Organisasi ……20

Gambar 3.3 Struktur Organisasi Divisi Bandung …….32

Gambar 3.4 Struktur Organisasi BBM industry & Marine…….....36

Gambar 4.1 Flow Map Prosedur Analisis Penjualan BBM ……..43

Gambar 4.2 Diagram Konteks ……...44

Gambar 4.3 Data Flow Diagram ……...45

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR SIMBOL viii

DAFTAR LAMPIRAN…….. .ix

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 4

1.2.1 Identifikasi Masalah…….4

1.2,2 Rumusan Masalah……4

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Praktek 4

1.3.1 Maksud Penelitian Kerja Praktek.....4

1.3.2 Tujuan dari Kerja Praktek.....5

1.4 Batasan Masalah 5

1.5 Lokasi dan Waktu 5

1.5.1 Lokasi Perusahaan 5

1.5.2 Waktu Penelitian.....5

BAB II LANDASAN TEORI……8

2.1 Pengertian system……8

2.1.1. Elemen system……..8

2.1.2. Karakteristik system…….8

2.1.3 klasifikasi system……10

2.2 Pengertian Informasi……11

2.3 Pengertian Sistem Informasi……12

2.4 Metode Analisis dan Perancangan terstruktur…….13

2.4.1. flow map……13

2.4.2. diagram konteks……14

2.4.3. data flow diagram…….14

Hal

BAB IЦI PROFIL PERUSAHAAN.....16

3.1 Sejarah Perusahaan 16

3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan…….16

3.1.1.1 visi……17

3.1.1.2 Misi……..17

3.1.2 logo pertamina 17

3.1.3 tata nilai pertamina…….18

3.1.4 Tujuan dan Tugas Pokok PT. Pertamina.....18

3.1.4.1 Tujuan PT. Pertamina.....18

3.1.4.2 Tugas Pokok PT. Pertamina.....19

3.1.5 Struktur Organisasi.....20

3.1.6 Bisnis PERTAMINA.....21

3.1.6.1 sektor hulu.....21

3.1.6.2 usaha hilir.....24

3.1.7 Produk Pertamina.....29

3.2 Gambaran Umum PT. PERTAMINA (Persero) Upms III Cabang Bandung..... 31

3.2.1 Produk PT. PERTAMINA (Persero) Upms III Cabang Bandung..31

3.2.2 Struktur Oraganisasi..... 32

3.2.3 Uraian Tugas.....32

3.3 Gambaran Umum DEVISI BBM INDUSTRI & MARINE……..34

3.3.2JOB DESCRIPTION.....36

3.3.3PERTAMINA WAY BUNKER.....39

4.1 Analisis system.....41

4.1.1 Analisis dokumen.....42

4.1.2. analisis prosedur yang sedang berjalan.....42

4.1.2.1 flowmap.....42

4.1.2.2 diagram konteks.....44

4.1.2.3 data flow diagram.....45

4.1.3 evaluasi sistem yang berjalan.....46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 47

5.1 Kesimpulan 47

5.2 Saran..... 47

Daftar pustaka.....48

Lampiran-lampiran…….49

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Tabel Kegiatan Selama Kerja Praktek	6
2.1	Simbol Flow map	14
4.1	Jenis Dokumen	43
4.2	Flow map	44

DAFTAR PUSTAKA

MLS,Zulkifli,Drs.,2005,Manajemen Sistem Informasi,Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Fathansyah.Ir.,1999,Basis Data,Bandung: Informatika

http://www.Pertamina.com 8 Oktober 2009 10:30

http://www.Google.com 9 Oktober 2009 13.45

Harga BBM Non-Subsidi Pertamina Periode 1 Oktober 2009

Jakarta, Kamis, 01 Oktober 2009 (00:00)

Harga Pertamax Turun Sampai dengan 6%

Terhitung tanggal 1 Oktober 2009 pukul 00.00 WIB harga BBM non-subsidi Pertamina yang terdiri dari Pertamax, Pertamax Plus, Bio Pertamax, Pertamina Dex, dan Pertamina Dex Kemasan di sebagian besar wilayah di Indonesia mengalami perubahan harga. Perubahan harga ini menyesuaikan perkembangan MOPS yang turun sebesar 1,0% - 5,1% dan menguatnya Kurs tengah BI sebesar 1,35%.

Untuk menyediakan informasi mengenai produk Pertamax bagi pelanggan setianya, Pertamina meluncurkan situs web korporat pertamax.pertamina.com. Ini adalah bukti bahwa Pertamina tidak pernah berhenti berinovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya melalui Pertamina Way.

Selain sebagai penyedia informasi mengenai semua hal yang berkaitan dengan pertamax, pertamax.pertamina.com juga sebagai wadah informasi dunia otomotif dan dapat dijadikan ajang partisipasi bagi para penggiat komunitas otomotif untuk turut ikut serta dalam pengisian *content* ataupun terlibat langsung dalam berbagai event Pertamina.

Sebagai situs Pertamina pertama yang menyatukan elemen jejaring sosial meliputi *Twitter* dan *facebook*, pertamax.pertamina.com semakin memperkuat komitmen Pertamina dalam berhubungan langsung dengan pelanggannya.

Untuk keterangan lebih lanjut mengenai fitur situs Pertamax ini, silahkan kunjungi pertamax.pertamina.com . Untuk bergabung dengan *Facebook* Pertamax Indonesia, bisa diakses di

http://www.facebook.com/pages/Pertamax/87922353816?ref=ts.

Dan bergabunglah dengan halaman *twitter* Pertamax di

http://www.twitter.com/pertamaxid

DAFTAR HARGA PRODUK BBM Non-Subsidi PERTAMINA

untuk periode 01 Oktober 2009

Jenis BBK/ Lokasi	**Harga Jual SPBU 01 Oktober 2009 (Rp)**	**Harga Jual SPBU 1 September dan 15 September 2009 (Rp)**
I. PERTAMAX PLUS		
- Batam	6.500	6.750
- UPms I	7.100	7.350
- SPBU Medan Bersaing	7.000	7.250
- UPms III	6.800	7.200
- UPms IV	7.100	7.350
- UPms V	7.100	7.350
- UPms VI	7.100	7.350
II. PERTAMAX		
- UPms I	6.850	7.150
- SPBU Medan Bersaing	6.750	7.050
- UPms II	6.850	7.150
- Bangka	8.150	8.200
- UPms III	6.200	6.600
- SPBU Jakarta Bersaing	6.200	6.600

- SPBU Extra Bersaing	6.100	6.400
- UPms IV	6.800	7.050
- UPms V	6.800	6.050
- Bali	6.800	7.100
- NTB	7.375	-
- UPms VI	6.800	7.150
- UPms VII	6.800	7.100
- Palu	8.075	8.150
III. BIO PERTAMAX		
- UPms III	6.200	6.600
- SPBU Bersaing Jakarta	6.200	6.600
- SPBU Extra Jakarta	6.100	6.400
- UPMS V	6.800	7.050
- Bali	6.800	7.100
IV. PERTAMINA DEX SPBU		
- UPms III	6.800	7.100
- UPms IV dan V	6.800	7.100

Harga Jual Pertamina Dex Kemasan

Harga produk Pertamina Dex Kemasan sebagai berikut :

UPMS III			**UPMS IV**		
	01 Oktober 2009	**01 September dan 15 September 2009**		**01 Oktober 2009**	**01 September dan 15 September 2009**
Pertamina Dex			**Pertamina Dex**		
Kemasan + isi:			**Kemasan + isi:**		
Kemasan 10L	92.500	96.000	Kemasan 10L	96.500	100.000
Kemasan 20L	183.000	190.000	Kemasan 20L	191.000	198.000
Isi/ refil:			**Isi/ refil:**		
Kemasan 10L	76.500	80.000	Kemasan 10L	80.000	84.000
Kemasan 20L	152.000	159.000	Kemasan 20L	159.000	167.000

Ditulis oleh DIVISI KOMUNIKASI