BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah PT. Pertamina Patra Niaga

Peningkatan jumlah penduduk dan peradaban menyebabkan kebutuhan akan energi semakin bertambah. Hal ini menuntut ketersediaan energy yang memadai. Saat ini, minyak dan gas bumi merupakan sumber energi dan andalan yang paling banyak dibutuhkan di berbagai sector kehidupan. Di sisi lain, minyak dan gas bumi adalah energi yang tidak dapat diperbaharui. Hal ini memacu usaha-usaha yang efektif dan effisien untuk memenuhi kebutuhan minyak dan gas bumi.

PT. Patra Niaga didirikan pada 27 Februari 1997. Sebagai bagian dari Anak perusahaan Pertamina mereposisi Bisnis Prakarsa, PT Patra Niaga ditempatkan secara aktif mengembangkan dan membangun kehadiran di sisi hilir sektor minyak dan gas. Sebagai akibat langsung dari posisi yang unik ini, semua peluang yang ada di hilir sektor Minyak dan Gas Bumi terbuka bagi perusahaan untuk mengejar dan memanfaatkan.

PT Patra Niaga merupakan suatu entitas usaha yang dibentuk oleh Pertamina untuk menjalankan dan mengembangkan kegiatan usaha di sektor hilir industri minyak dan gas bumi (MIGAS) Indonesia. Sesuai Pasal 1 Undang-Undang Nomor 22 tahun 2001 tentang Minyak dan Gas

Bumi, sektor hilir ini mencakup kegiatan- kegiatan pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, dan niaga MIGAS.

Pada awal pendirian di tahun 2004, PT Patra Niaga bernama PT Elnusa Harapan, yang merupakan sebuah perseroan yang dibentuk untuk menghimpun dan mengembangkan anak Perseroan dalam kelompok usaha PT Elnusa yang saat itu belum layak untuk dibawa menjadi bagian dari suatu Perseroan Publik.

Pendirian PT Elnusa Harapan adalah berdasarkan pengesahan Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia nomor : M-13. HT.03.05 tahun 1998. PT Elnusa Harapan kemudian berganti nama menjadi PT Patra Niaga, sesuai hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS-LB) tanggal 19 Januari 2004. Perubahan nama ini kemudian diakta-notariskan oleh Notaris Ny. Pudji Redjeki Irawati S.H. dengan akta Notaris No. 69 tanggal 14 Mei 2004. Akta ini selanjutnya disahkan oleh Departemen Kehakiman dan HAM RI pada tanggal 6 Juli 2004, dengan nomor pengesahan C-16711.HT.01.04.TH.2004.

Adapun tujuan dari perubahan nama yang dialami oleh Patra Niaga terutama adalah untuk menegaskan posisi usaha Perseroan di bidang hilir MIGAS, di samping untuk membedakan diri secara definitif dengan *sister-company*, PT Elnusa yang bergerak di sektor hulu MIGAS. Proses perubahan nama ini juga bergulir bersamaan dengan perkembangan organisasional, operasional dan finansial Perseroan.

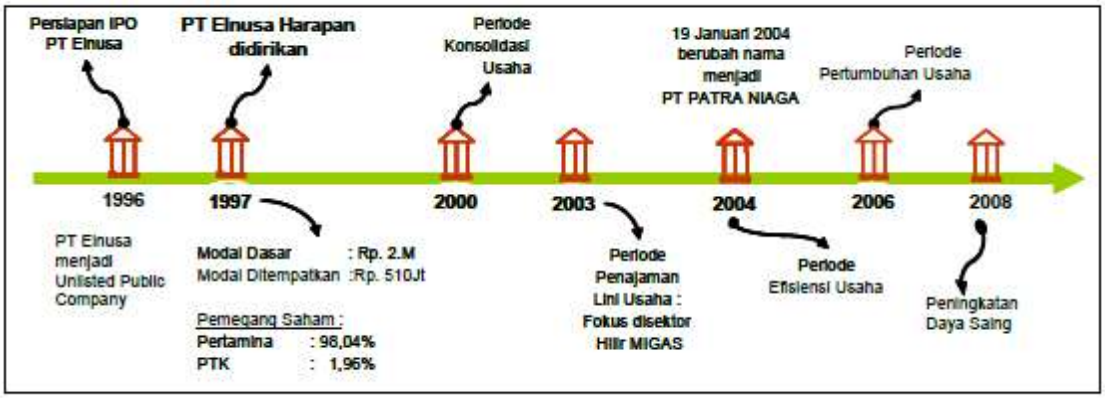
Dalam perjalanannya, PT Patra Niaga mengalami kemajuan yang pesat. Dimulai dengan konsolidasi usaha, PT Patra Niaga kemudian memutuskan untuk fokus pada bisnis hilir MIGAS. Kemudian, strategi efisiensi keuangan dan organisasional ditempuh oleh Perseroan agar dapat bersaing di pasar hilir MIGAS yang sangat kompetitif. Alhasil, saat ini PT Patra Niaga sudah meningkat pada tahap peningkatan daya saing (*competitiveness*).

Pada tahun 2011, satu per satu logo anak perusahaan PT Pertamina (Persero) yang bergerak di bidang Pemasaran dan Niaga mulai dibenahi, termasuk logo dan nama perusahaan PT Patra Niaga yang berubah menjadi PT Pertamina Patra Niaga. Perubahan logo mencerminkan kemauan yang kuat dari seluruh insan Patra Niaga untuk terus tumbuh dan berkembang serta menjadi yang terunggul. Nama Pertamina Patra Niaga sendiri merupakan kombinasi dari nama Pertamina dan Patra Niaga mencerminkan dua hal yang diminta oleh mitra Patra Niaga. Para mitra usaha kami berharap bahwa perubahan logo ini dapat menjadikan layanan Patra Niaga lebih fleksibel, lebih baik, dan harga lebih kompetitif. Ketiga hal tersebut merupakan cerminan brand equity Pertamina Patra Niaga. Dengan tampilan logo baru tersebut kami yakin akan bisa meningkatkan kepercayaan konsumen dan para mitra usaha.

Saat ini bidang usaha PT Pertamina Patra Niaga mencakup perdagangan BBM, pengelolaan BBM, pengelolaan armada *atau fleet*, dan pengelolaan depot. Selain itu, di tengah persaingan pasar saat ini Perseroan

terus mengupayakan berbagai strategi efisiensi baru serta upaya pembenahan organisasi secara menyeluruh guna memperkuat posisinya agar bisa terus berkiprah di kancah industri MIGAS nasional maupun global.

Gambar 1.1 Perjalanan Perseroan



Sumber : Profil Perusahaan 2008

Dalam mengelola bisnisnya, Patra Niaga terus berupaya untuk selalu menciptakan koordinasi yang kuat antara anak-anak usaha dengan mensinergikan kemampuan dan keahlian dari seluruh produk dan layanan yang menjadi fokus usahanya. Pertamina Patra Niaga mempunyai 3 anak perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya, antara lain:

1. PT PATRA TRADING

   PT Patra Trading merupakan anak perusahaan PT PERTAMINA PATRA NIAGA yang bergerak dalam aktivitas niaga produk-produk non BBM beserta turunannya dan mengoperasikan

Stasiun Pengisian Bulk Elpiji (SPBE), Terminal Aspal Curah serta pengelolaan Depot. Penjualan produk non BBM mencakup: Poly Propylene (Polytam), Rubber Processing Oil (Minarex, Paraffinic), Solvent (SBPx, LAWS, Pertasol), Aspal, Greencokes, Slackwax, ritel Elpiji Pertamina.

Pada sektor LPG, PT Patra Trading juga mengoperasikan *Retester Plant* tabung LPG, dan ke depan akan terus memperdalam potensi bisnis baru seperti pengelolaan Depot Pengisian LPG *bulk* dan pengembangan bisnis ritel LPG dengan nama dagang baru EaseGas.

Gambar 1.2 Logo Patra Trading



Sumber: www.pertaminapatraniaga.com

2. PT PATRA TEKNIK

PT Patra Teknik merupakan anak perusahaan PT PERTAMINA PATRA NIAGA yang bergerak dalam bidang pemeliharaan Kilang dan Depot Pertamina. Dalam pelaksanannya PT Patra Teknik selalu selektif terhadap proyek-proyek yang dikerjakannya, yang mencakup jasa rekayasa teknik *(engineering)*,

pengadaan *(procurement)*, konstruksi *(construction)* dan perawatan *(maintenance)*.

Gambar 1.3 Logo Patra Teknik



Sumber: ***www.pertaminapatraniaga.com***

3. PT PATRA LOGISTIK

Sebagai anak usaha PT PERTAMINA PATRA NIAGA, secara fungsi, PT Patra Logistik berfungsi sebagai penyedia layanan BBM yang fokus pada pengelolaan aset properti, transportasi BBM dan Depo BBM. Ke depan, aktivitas usaha PT Patra Logistik akan dikembangkan untuk lebih bersinergi dengan operasional induk perusahaannya PT PERTAMINA PATRA NIAGA, yang merupakan anak usaha dari PT Pertamina (Persero).

Gambar 1.4 Logo Patra Logistik



Sumber: ***www.pertaminapatraniaga.com***

PT. Pertamina Patra Niaga memiliki Visi, Misi, dan Tata Nilai Unggulan, yaitu:

1.1.1 Visi

Menjadi Perusahaan Trading dan Logistik di bidang Energi yang mampu bersaing di pasar global.

Makna Visi kami

Trading dan Logistik:

Melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan, pengangkutan, penyimpanan dan distribusi serta jasa lainnya yang terkait.

Mampu bersaing di pasar global:

Diakui sebagai pelaku trading dan logistik di pasar internasional.

1.1.2 Misi

Memaksimalkan Value Chain bisnis energi nasional melalui kegiatan trading dan logistik di pasar domestik dan global.

1.1.3 Tata Nilai Unggulan

PT Pertamina Patra Niaga selalu berpegang teguh pada Tata Nilai Unggulan Perseroan sebagai pedoman dalam mewujudkan Visi dan Misi Perseroan. Nilai-nilai tersebut kami sebut ORSI, yang adalah:

1. *Opportunity Seeking*

   Senantiasa mencari dan mengembangkan peluang bisnis secara maksimal.

2. *Risk Awareness*

   Setiap keputusan harus didasarkan pada pertimbangan pengelolaan risiko.

3. *Service Excellence*

   Berorientasi pada kepentingan pelanggan, dan berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

4. *Integrity*

   Menjunjung tinggi kejujuran, bersikap profesional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, dan berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

1.1.4 Filosofi Logo dan Makna Pertamina Patra Niaga

Gambar 1.5 Logo Pertamina Patra Niaga

Sumber: Data Perusahaan Pertamina Patra Niaga

Makna Logo Pertamina Patra Niaga

1. Elemen logo membentuk huruf `P´ yang secara keseluruhan merupakan representasi bentuk panah dimasukkan sebagai Pertamina yang bergerak maju dan progrent.
2. Ke tiga elemennya melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk negara Indonesia.
3. Kata Pertamina merupakan nama perusahaan dari PT. Pertamina (Persero) dan bukan merupakan singkatan atau akronim, dan tulisannya harus berwarna hitam kecuali ditentukan lain dalam ketentuan ini.

Warna Logo Pertamina Patra Niaga

1. **Merah**
    - Menunjukkan keuletan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan, jiwa yang dulu dilayani kini harus melayani, *customer oriented dan customer satisfaction.*
    - Memberikan warna nuansa dinamis, aktif, agresif untuk mengadakan perubahan positif dan jeli melihat peluang.
    - Merupakan warna komplemen (memperkaya) warna biru.

2. **Hijau** adalah sumber daya energi yang berwawasan lingkungan.
3. **Biru**
    - Menunjukkan handal, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab.
    - Memberikan nuansa perusahaan yang kokoh, stabil dan terpecaya.
    - Memperkental nuansa inovatif dan teknologi.

Bentuk Huruf

1. Penggunaan kombinasi huruf besar dan kecil dan posisi tegak lurus dimaksudkan untuk menegaskan kesan dinamis dan ramah.
2. Tingkat keterbacaan *(visibility*) yang lebih baik

1.2 Sejarah Divisi (Marketing) Pertamina Patra Niaga

Pertama kali PT. Pertamina Patra Niaga tidak memiliki cabang disetiap daerah dan tempat melainkan berinduk di pusat Jakarta. Titik mulanya berdiri Divisi Marketing PT. Pertamina Patra Niaga Cabang Bandung adalah melihat celah strategis potensial pangsa pasar akan kebutuhan sektor minyak bahan bakar disetiap daerah seluruh Indonesia dan tentunya juga para costumers dan agen yang membeli bahan bakar dari PT. Pertamina Patra Niaga. Maka dari itu sesuai dengan kebutuhan yang

diperlukan dari realitas yang ada dilapangan, diperlukan nya cabang Pertamina Patra Niaga di setiap daerah, begitu juga berjalannya dengan Divisi Marketing di setiap cabang daerah seluruh Indonesia.

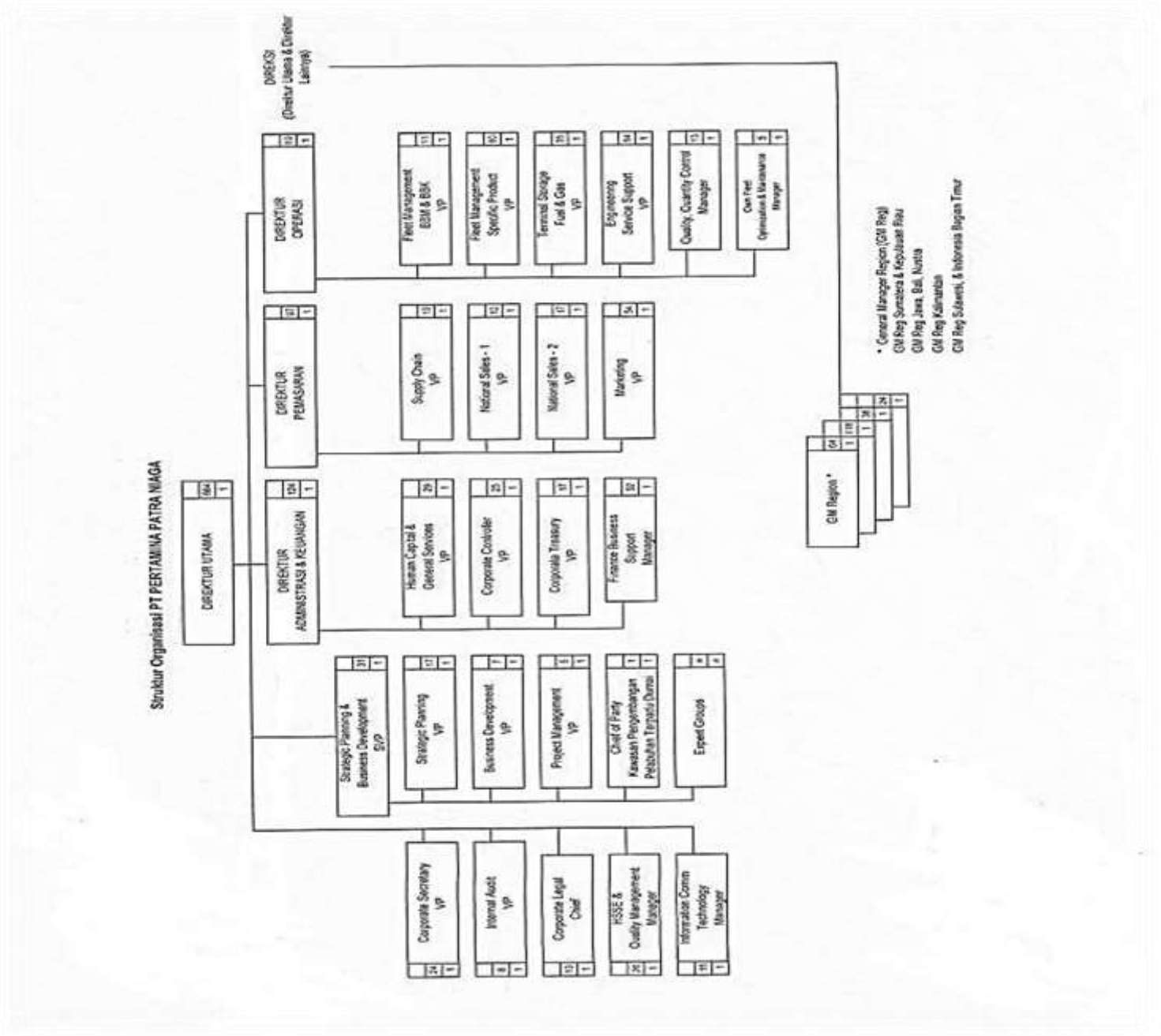
Hal ini dilakukan agar pengontrolan dan pengecekan lebih terfokus dan terorganisir di setiap daerah, pusat yaitu Pertamina Patra Niaga Jakarta bisa memantau segala aktfitas dari setiap cabang daerah. PT. Pertamina Patra Niaga dalam Bagian Divisi Marketing dan setiap Cabangnya mempunyai tugas dan target menjual bahan bakar yang harus bias dihabiskan dan hari hasil penjualan tersebut harus bisa mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut. Penjualan tersebut hanya bisa menjual kepada agen dan costumer perusahaan besar.

Adapun Nama Bahan Bakar dari PT. Pertamina Patra Niaga dalam memenuhi target dan tugasnya, antara lain:

1. HSD
2. MFO (Minyak Hitam Buat Industri Pertambangan)
3. Kerosene
4. IDO
5. Premium
6. Minyak Tanah

1.3 Struktur PT Pertamina Patra Niaga

Gambar 1.6 Struktur Organisasi PT PERTAMINA PATRA NIAGA

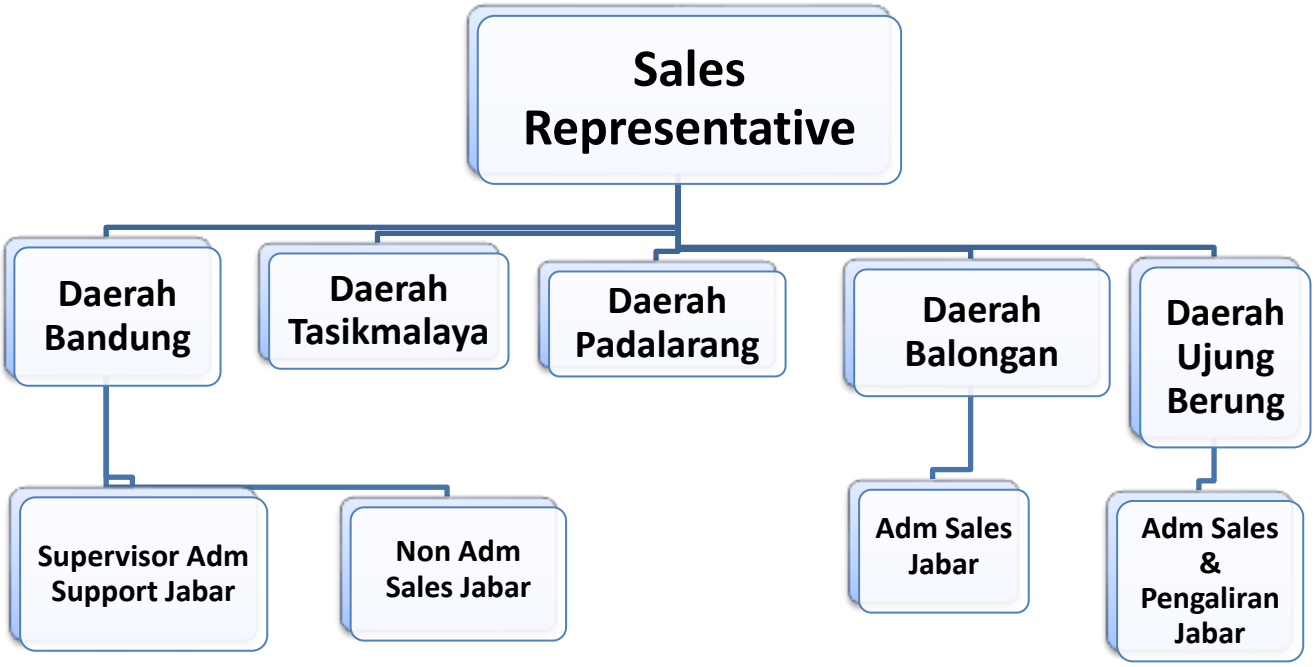


Sumber : Arsip PT PERTAMINA PATRA NIAGA Tahun 2013

1.4 Struktur Divisi Marketing

Gambar 1.7 Struktur Organisasi Fungsi Marketing

PT PERTAMINA PATRA NIAGA Cabang Bandung



Sumber: Wawancara Penulis, 2013

1.5 Job Description

Job Desk dari Divisi Marketing Cabang Bandung

1. *Sales Representative*

   Sebagai *Sales Representative* yang bertemu langsung kepada costumers yaitu GM Instansi Perusahaan yang ingin memesan bahan bakar, kemudian menentukan kebijakan yang diatur oleh pusat untuk mempertahankan harga yang telah ditentukan kepada

para costumers dan agen dari Pertamina Patra Niaga cabang Bandung.

2. Supervisor Adm Sales Jabar

   Mengurusi PO , Mengecek Uang masuk dari Agent dan Perusahaan swasta, GI (Barang yang sudah dijual untuk dikonfirmasi barang yang sudah laku dijual)

3. Adm Sales Jabar

   Mengecek Administrasi BBM lewat email yang nantinya akan dikirim ke bagian CSC melalui proses pembuatan DO (Delivery Order), LO (Loading Order), dan SO (Sistem Order) Pertamina Patra Niaga Jakarta yang selanjutnya akan di proses.

4. Adm Sales dan Pengaliran Jabar

   Administrasi BBM Pengaliran BBM direct perusahaan instansi swasta atau agen, melalui proses pembuatan DO (Delivery Order), LO (Loading Order), dan SO (Sistem Order) dari Pertamina Patra Niaga Jakarta untuk selanjutnya di proses.

.

1.6 Sarana dan Prasarana

PT. Pertamina Patra Niaga Unit Bandung yang bertempat di daerah Gatot Subroto terdiri dari 1 unit rumah, dan di daerah Ujung Berung terdiri dari 1 unit Gedung:

Ruang Kantor terdiri 1 unit rumah daerah Gatot Subroto:

1. Bagian Supervisor Sales Representative : 1 orang

2. Bagian Sales Marketing : 1 orang
3. Bagian Administrasi : 1 orang

Ruang Kantor 1 ruangan didalam gedung depot Ujung Berung:

1. Bagian Administrasi BBM : 1 orang
2. Bagian Divisi Operasi : 15 orang

Tabel 1.1

Sarana dan Prasarana PT. Pertamina Patra Niaga Bandung

Sarana dan Prasarana di PT. Pertamina Patra Niaga Bandung	
Ruang tunggu (Lobby)	Ruangan Sales Representative
Ruang Rapat kecil	Fasilitas internet dan intranet
Musholla	Toilet dan Paintry
Ruang Administrasi	Mesin fotocopy
TV LCD SAMSUNG 34’	Fax dan Scanner

Sumber: Arsip PT. Pertamina Patra Niaga 2013

Sarana dan Prasarana lainnya yang tersedia di tempat PT. Pertamina Patra Niaga yaitu di bagian (Divisi) Marketing, yang berada di Bandung. Adapun fasilitas yang tersedia adalah:

Tabel 1.2

Fasilitas Lengkap Sarana dan Prasarana

No.	Nama Fasilitas Kerja	Jumlah	Satuan	Penempatan
1.	Komputer program Windows XP (LCD)	1	Unit	Sales Representative
2.	Komputer program Windows XP (LCD)	3	Unit	Bagian Operasi
3.	Komputer program Windows XP (LCD)	4	Unit	Adm Sales
4.	Printer HP	2	Unit	-
5.	Scan	1	Unit	-
6.	Fax	1	Unit	-
7.	Telepon Kantor	1	Unit	-

Sumber : Data Penulis, 2013

1.7 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

1.7.1 Lokasi

Praktek kerja lapangan dilakukan di dua tempat di PT. Pertamina Patra Niaga Unit Bandung yang bertempat di Jalan Gatot Subroto 267 J Bandung Telp: (022) 2515317 dan Jalan Soekarno Hatta No. 728 Bandung 40294 - Indonesia. Telp: (022) 7834723. Fax : (62-21) 788 31141. Website:www.pertaminapatraniaga.com.

1.7.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan 20 hari sesuai dengan aturan UNIKOM dan telah disepakati oleh PT. Pertamina Patra Niaga, yang mana waktu pelaksannannnya tanggal 15 Juli sampai 6 Agustus 2013. Dimana hari kerjanya yaitu, hari Senin-Jumat pukul 08.00-16.30.