BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1. Aktifitas Kegiatan PKL

Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Pertamina Patra Niaga penulis ditempatkan di bagian *Divisi Adm Support Marketing Distribusi Jabar*. Aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Pertamina Patra Niaga berlangsung sejak tanggal 15 Juli hingga 16 Agustus 2013, membuat mahasiswa terlibat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan baik oleh bagian *Divisi Marketing* itu sendiri maupun oleh PT Pertamina Patra Niaga Cabang Bandung. Adapun ketentuan perusahaan untuk jam masuk pada saat bulan Ramadhan tiba adalah pukul 08.30 WIB dan jam pulang adalah pukul 16.00 WIB.

Kegiatan yang dilakukan terbagi menjadi 2 bagian yaitu kegiatan rutin dan insidentil. Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang dilakukan setiap hari atau sering dikerjakan, seperti menginput data pelanggan atau costumer yang ingin pesan BBM ke Patra Niaga atau bertemu dengan clien yang ingin bekerja sama dengan Patra Niaga untuk pemesanan BBM dalam jangka panjang dan lain sebagainya. Sedangkan kegiatan insidental yaitu kegiatan yang dilakukan sesekali saja seperti perkenalan kepada staf bagian *Divisi Marketing Patra Pusat*, membuat perhitungan harga baru BBM dan lain sebagainya. Adapun aktivitas Praktek Kerja yang dilakukan selama kurang lebih 1 bulan dapat dijabarkan ke dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1

Aktivitas saat Praktek Kerja Lapangan di PT. Pertamina Patra Niaga

NO	TANGGAL	AKTIVITAS	KETERANGAN	
			RUTIN	INSIDENTIL
1.	Senin 15/07/2013	• Pengenalan Tentang Patra Niaga • Pengarahan PKL • Penginputan Data	√	√ √
2.	Selasa 16/07/2013	• Menginput Data BBM	√	
3.	Rabu 17/07/2013	• Merapihkan dan mengarsipkan dokumen – dokumen penting	√	
4.	Kamis 18/07/2013	• Latihan membuat FRSO		√
5.	Jum'at 19/07/2013	• Menyusun document – document pelanggan bbm patra niaga		√
6.	Senin	• Membuat surat jalan bbm	√	

	22/07/2013	dan mengirim kepada costumer		
7.	Selasa 23/07/2013	• Mengunjungi depot ujung berung • Melihat cara pengisian bbm	√	√
8.	Rabu 24/07/2013	• Membuat surat jalan bbm untuk supir – supir truk bbm pertamina		√
9.	Kamis 25/07/2013	• Membuat surat keterangan bbm dan penguncian tangki bbm		√
10.	Jum'at 26/07/2013	• Mengontrol dan membuat surat jalan untuk mobil tangki bbm	√	
11.	Senin 29/07/2013	• Mengunjungi kantor pusat Pertamina Patra Niaga di Jakarta Selatan		√
12.	Selasa 30/07/2013	• Mengunjungi kantor patra niaga di bagian keungan dan staf adm marketing pusat		√

		• Buka bersama para karyawan pertamina patra niaga		√
13.	Rabu 31/07/2013	• Meeting dengan PR Pertamina patra niaga distribusi jabar dan mengecek harga bbm		√
14.	Kamis 01/08/2013	• Memantau situasi keadaan depot bbm ujung berung tentang kenaikan harga baru bbm untuk patra		√
15.	Jum'at 02/08/2013	• Membuat laporan tentang kenaikan harga baru bbm untuk patra		√
16.	Senin 12/08/2013	• Halal bihalal dengan para karyawan dan staf – staf seluruh pertamina patra niaga.		√
17.	Selasa 13/08/2013	• Mengantar divisi adm marketing support bertemu dengan para petinggi patra		√

18.	Rabu 14/08/2013	• Bertemu dengan para SR patra niaga		√
19.	Kamis 15/08/2013	• Menginput data BBM	√	
20.	Jum'at 16/08/2013	• Membuat surat jalan bbm dan mengirim kepada costumer	√	

Sumber : Data Penulis Juli – Agustus 2013

2.2. Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan praktek kerja lapangan, pada kesempatan tersebut penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan insidental antara lain :

2.2.1. Kegiatan Rutin

1. Mengontrol dan membuat surat jalan (delivery order) untuk mobil tangki bbm

Membuat dan mengontrol surat jalan untuk mobil tangki bbm yang akan mengirim ke SPBU yang sudah menjadi langganan pemesan kepada patra niaga. Para mobil tangki bbm ini tidak hanya mengirim ke SPBU tetapi juga mengirim

kepada pabrik – pabrik yang menggunakan bahan bakar dari patra niaga yaitu HSD dan MFO.

Gambar 2.1

pengunci tangki bbm



Sumber Foto Pribadi

Gambar 2.2

Surat jalan untuk mobil tangki BBM



Sumber Foto Pribadi

2. Merapihkan Dokumen - dokumen penting

Merapihkan dan mengarsipkan dokumen – dokumen penting yang berada di kantor patra niaga mulai dari tahun – tahun yang lama hingga tahun terbaru 2013. Document – document tersebut disusun berdasarkan waktu, tanggal dan tahun pemesan sesuai perusahaan yang memesan bbm kepada patra niaga.

Gambar 2.3

Menyusun Document – document penting



Sumber Foto Pribadi

2.2.2 Kegiatan Insidental

1. Pengarahan PKL dan Pengenalan Divisi Marketing

Kegiatan ini meliputi pengenalan terhadap seluruh divisi yang berada di bagian marketing distribusi jabar terutama *Sales Reprecentative* mulai dari kepala divisi, kepala bagian dan seluruh karyawan yang menangani bagian masing – masing. Pengenalan tersebut berlanjut pada pengenalan dan penjelasan tugas serta fungsi bagian marketing SR di PT Pertamina Patra Niaga. Pemaparan tugas ini meliputi berbagai program yang menjadi tugas pokok sehari – hari maupun juga pemaparan tentang program kerja bagian tersebut selama periode 2013.

Penjelasan berlanjut pada tata tertib yang harus dipatuhi selama PKL berlangsung. Mulai dari jam masuk hingga jam keluar, dan tata tertib lainnya yang bersifat meningkatkan kedisiplinan mahasiswa guna mampu beradaptasi dengan situasi perusahaan.

2. Mengunjugi Kantor Pusat Patra Niaga di Rasuna Said Kuningan Jakarta

Dalam satu bulan sekali atau dua minggu sekali divisi marketing SR cabang jabar mengunjungi kantor pusat Pertamina Patra Niaga yang terletak di Rasuna Said Kuningan Jakarta dalam rangka bertemu dengan para SR dan membuat laporan keuangan.

3. Membuat laporan tentang kenaikan harga baru bbm untuk patra

Membuat laporan tentang kenaikan harga baru bbm premium dan HSD (solar) yang tiap awal bulan mengalami perubahan harga. Ini hanya untuk pertamina patra niaga saja berbeda dengan pertamina yang tidak ada perubahan harga di tiap awal bulan. Harga baru tersebut merupakan ketentuan kebijakan dari patra pusat yang kemudian diikuti oleh divisi masing – masing daerah.

Gambar 2.4

Membuat Laporan kenaikan Harga BBM



Sumber Foto Pribadi

2.3 Deskripsi *Humas*

Hubungan masyarakat atau Public Relations adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Fungsi dari Humas itu sendiri menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini/persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan institusi yang diwakili.

Kegiatan dari humas terbagi menjadi dua yaitu eksternal dan internal. Kegiatan eksternal dari humas itu sendiri seperti Hubungan dengan komunitas, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*) dan hubungan dengan pemerintah (*government relations*).

Sedangkan kegiatan internal yang dilakukan oleh seorang humas seperti hubungan dengan karyawan (employee relations), dan hubungan dengan pemegang saham (stockholder relations).

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Hubungan masyarakat (Humas) atau Public Relations (PR) adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk “publik” baik internal maupun eksternal, hubungan ini adalah meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingatpula, bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi” atau dialog – dialog dengan pihak – pihak yang

berhubungan, dan unsur – unsur yang ada di dalamnya (humas) adalah:

1) fungsi manajemen, 2) fungsi komunikasi, 3) fungsi penelitian danpenilaian,4) suatu fungsi yang dirancang untuk meningkatkan salingpengertian, keserasian, dan masukan yang demokratis ke dalam suatu proses pengambilan keputusan.Humas bukanlah alat bisnis atau politik, tetapi alat manajemen. Humas juga bukan suatu bentuk reklameatau jurnalisme, meskipin baik advertensi atau reklame dan teknikjurnalistik adalah alat yang dapat dipergunakan untuk meningkatkankomunikasi dalam humas.

2.4 Definisi *Sales Reprecentative*

Sales Representative (SR) merupakan jabatan yang bertanggung jawab atas perencanaan strategi pemasaran dan pengenalan produk perusahaan di wilayah tertentu dan mewakili perusahaan pada wilayah tersebut yang berhubungan dengan pemasaran produk BBM. Selain itu jabatan ini juga berkewajiban untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen bisnis contohnya PTPN IIIV Perkebunan Teh . Berikut deskripsi pekerjaan *Sales Representative* (SR) secara lebih lengkap :

Nama Jabatan : Sales Representative (SR)

Jabatan Atasan : Sales Area Man

Jabatan Bawahan : Adm Penjualan

Tanggung Jawab Utama

Aktivitas : Mengawasi, mengkoordinasi, dan memasarkan produk ppn

Ruang lingkup : aktivitas penjualan perusahaan

Tugas

1. Melakukan pengembangan pemasaran, pangsa pasar dan jaringan.
2. Memastikan pencapaian target penjualan perusahaan sesuai dengan key performance indicator (KPI)
3. Mempertahankan dan mengembangkan hubungan baik dengan jaringan distribusi perusahaan (konsumen).
4. Menyiapkan pelayanan yang baik kepada pelanggan.
5. Menangani keluhan pelanggan.
6. Menindak lanjuti masalah yang ada di daerah.
7. Menjalankan aktifitas pemasaran dan aktif mengawasi persaingan bisnis bbm di wilayah.
8. Turut berpartisipasi dalam rencana strategi perusahaan untuk jaringan distribusi produk.
9. Memperkenalkan produk perusahaan dan produk yang dijual kepada konsumen.
10. Menjaga kualitas dan kuantitas produk yang dijual.

2.5 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada dasarnya Sales Representative (SR) atau humas merupakan bidang atau fungsi manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukai atau tidak, karena Salen Representative (SR) atau humas merupakan salah satu organisasi secara positif.

Ruang lingkup *Sales Representative* (SR) atau humas, menyangkut kepentingan internal dan eksternal. Dalam lingkup internal, seorang SR berupaya untuk mencapai satu kondisi dimana karyawan bergairah dalam bekerja. SR melakukan analisa tentang kebijakan kepegawaian, menganalisa gaji dan kesejahteraan lainnya, menganalisa sikap para karyawan, menganalisa kebijakan instansi dan kegiatan-kegiatan lainnya.

Sementara itu, dalam lingkup eksternal, seorang praktisi SR dalam rangka mencapai tujuannya yaitu menciptakan hubungan yang harmonis dengan pihak-pihak pelanggan sehingga tercipta kesan yang baik, akan melakukan tugas-tugas diantaranya melakukan *survey* bagaimana sikap atau penilaian masyarakat terhadap citra perusahaan. Seorang praktisi SR dalam kaitannya dengan humas yaitu menciptakan citra yang baik tentang lembaganya, akan

senantiasa mengadakan konsultasi dengan pimpinan lembaganya terutama yang berkaitan dengan perbaikan-perbaikan berdasarkan penilaian masyarakat dan konsultasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan terutama yang berkaitan dengan pencitraan kelembagaan.

Meninjau pelaksanaan dari *Sales Representative* di PT. Pertamina Patra Niaga belum bisa dikatakan sebagai *state of being* (berstruktur atau melembaga). karena bagian SR itu sendiri masih tergabung kedalam struktur organisasi SR patra niaga pusat juga masih berada dibawah bagian pemasaran atau promosi dan belum bisa berdiri sendiri atau dikatan mandiri humas atau SR di pertamina patra niaga. Jadi peran dari *Sales Representative* itu sendiri di PT. Pertamina Patra Niaga sama seperti Humas di perusahaan lain yang memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan penjualan produksi tetapi dapat menciptakan image atau citra perusahaan itu sendiri yang nantinya akan berdampak pada citra produk perusahaan.

Dari seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama praktek kerja lapangan, kebanyakan memang telah sesuai dengan kehumasan yang diperoleh dari kegiatan perkuliahan mahasiswa PKL di kampus. Beberapa kegiatan yang sesuai tersebut antara lain:

a. Kliping Berita

Salah satu kegiatan *Public Relations* adalah pembuatan kliping berita. Dalam arti sempit, Kliping merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian surat kabar maupun majalah, kemudian disusun dengan sistem tertentu dalam berbagai bidang. Kliping juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan memilih, menggunting, menyimpan dan kemudian memperbanyak mengenai suatu berita (*news*) atau karangan (artikel) serta photo berita (*photo release*) pada kegiatan atau peristiwa tertentu yang telah dimuat di berbagai macam media.

Fungsi kliping adalah mengemas ulang bacaan, sedangkan yang dikliping bisa berupa artikel, berita atau foto. Agar terkliping dengan baik maka sumber harus jelas (nama koran, majalah atau yang lain, tanggal terbit, halaman), tenaga yang telaten, teliti dan kreatif, profesional (bisa memilih tema yang dikliping misal sesuai pengguna atau misi lembaga).

b. *Press Release* (Siaran Pers)

Press Release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) untuk dipublikasikan dalam media massa.

Presss Release yang dibuat oleh *Sales Representative* PT. Pertamina Patra Niaga yang selalu memperhatikan kaidah penulisan yang baik. Hanya saja *press release* atau *news release* yang dibuat oleh Bagian *Sales Representative* PT. Pertamina Patra Niaga tidak mencantumkan kapan berita itu akan dimuat. Seharusnya dalam sebuah siaran berita (*news release*) itu mencantumkan kapan berita itu akan dimuat atau ditayangkan.

2.6 Analisa Pelayanan Perusahaan Terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh pihak PT Pertamina Patra Niaga. Ketika penulis memasuki kawasan PT Pertamina Patra Niaga untuk menyerahkan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis harus lapor terlebih dahulu kepada bagian *security* untuk menyampaikan maksud dan tujuan datang kesana dan mengisi beberapa data sebelum akhirnya diberikan sebuah *nametag visitor*. Hal ini berlaku bagi siapa saja yang berkunjung ke PT Pertamina Patra Niaga selain karyawan Perusahaan itu sendiri.

Awalnya penulis menyerahkan proposal pengajuan PKL kemudian penulis melakukan wawancara, penulis disambut hangat oleh salah satu *staff* bagian *Sales Reprecentative* dan kemudian penulis diajukan beberapa pertanyaan. Setelah itu penulis diberitahukan bahwa penulis diterima untuk melaksanakan PKL di bagian *Adm marketing support JABAR*.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh Adm marketing support dan Sales Reprecentative (SR). Dalam melaksanakan kegiatannya, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian rapi seperti, kemeja, dan celana bahan. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT Pertamina Patra Niaga. Hal ini sudah menjadi ketentuan dari

pihak perusahaan. Kegiatan – kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 08.30 – 16.00 WIB. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00 – 13.30 WIB.Penulis pun diberikan waktu makan siang di dapur atau tempat office boy PT Pertamina Patra Niaga setiap waktu istirahat.

Setiap harinya, penulis melakukan beberapa kegiatan *SR dan Adm marketing support JABAR* yang telah diarahkan oleh pembimbing. Arahan yang disampaikan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan. Dan penulis pun banyak diberikan kesempatan untuk mengikuti beberapa acara seperti *Workshop* bersama para *pelanggan costumer patra niaga*, kunjungan-kunjungan dari berbagai instansi, dan lain-lain.

Selain itu juga, selama melaksanakan kegiatan – kegiatan *Sales Reprecentative*, penulis diberi *Binder* untuk menunjang kegiatan yang dilakukan. Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan konsentrasi humas dan dapat mempraktekan teori – teori yang telah penulis dapat selama penulis kuliah. Selain itu, menambah

pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.