

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *NEW PRODUCT DEVELOPMENT*  
DI DEPARTEMEN RISET PT PETROKIMIA GRESIK**



**Disusun Oleh:**

**SHELVIA FEBRIANTI (1011810091)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA  
GRESIK  
2021**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *NEW PRODUCT DEVELOPMENT*  
DI DEPARTEMEN RISET PT PETROKIMIA GRESIK**



**Disusun Oleh:**

**SHELVIA FEBRIANTI (1011810091)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA  
GRESIK  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**“IMPLEMENTASI STRATEGI *NEW PRODUCT DEVELOPMENT* DI  
DEPARTEMEN RISET PT PETROKIMIA GRESIK”  
(Periode : 30 September 2021 s.d 30 Oktober 2021)**

Disusun Oleh:

Shelvia Febrianti

(1011810091)

Mengetahui dan Menyetujui,  
Ketua Prodi dan Dosen Pembimbing Kerja Praktik  
Manajemen UISI



**Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.**  
NIDN. 7913171

Gresik, 30 Oktober 2021

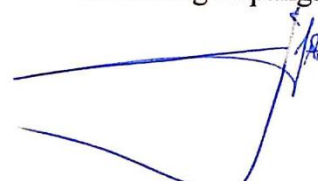
**PT PETROKIMIA GRESIK**

Mengetahui,  
VP Departemen Riset PT Petrokimia Gresik



**(Muammar Ma'arif)**

Menyetujui,  
Pembimbing Lapangan



**(Muhammad Yasir Fahmi)**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas limpah Rahmat dan Karunia-Nya lah yang telah memberikan kesehatan, dan keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Implementasi Proses Kerja New Product Development Di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik”. Ucapan syukur bagi penulis atas segala bantuan dan kekuatan yang diberikan-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Kerja praktik ini telah penulis laksanakan dengan baik di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik, yang berlokasi di jalan Noto Prayitno No.19, Karangturi, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Laporan Kerja Praktik ini merupakan tugas yang harus diselesaikan oleh Mahasiswa-mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia.

Dalam penyusunan laporan kerja praktik ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan kerja praktik. Penulis sadar akan adanya kesulitan dan berbagai macam hambatan dalam proses penyelesaian laporan kerja praktik. Namun berkat dorongan ataupun motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan hormat ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada penulis dalam membuat laporan kerja praktik ini.
2. Bapak Aditya Narendra W, S.T., M.M., selaku Kepala Departemen Manajemen UISI dan selaku Dosen Pembimbing kami yang meluangkan waktu kepada penulis dalam rangka penyelesaian laporan Kerja Praktik ini.
3. Bapak Muammar Ma'arif selaku VP Departemen Riset PT Petrokimia Gresik yang memberikan support kebutuhan kerja praktik berupa tanda tangan, dan lain sebagainya.
4. Bapak Muhammad Yasir Fahmi selaku Pembimbing Kerja Praktik yang memberikan banyak informasi dan kebutuhan kerja praktik penulis.
5. Ibu Evana Nuzulia Pertiwi selaku Pembimbing Kerja Praktik yang memberikan banyak informasi dan kebutuhan kerja praktik penulis.
6. Orang tua dan keluarga besar yang senantiasa mendukung penulis baik secara moril maupun materiil.
7. Cicilia, Mitha, dan Natasya, serta semua teman-teman penulis di Mojokerto yang senantiasa menemani dan mendukung penulis dengan setia.

8. Teman-teman kerja praktik PT Petrokimia yang senantiasa mendukung penulis serta memberikan motivasi dan semangat.
9. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Manajemen UISI yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan laporan ini.

Tak ada gading yang tak retak karena penulis sadari laporan yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap curahan pikiran dan usaha penulis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam meningkatkan kualitas pembuatan laporan dan bagi penulis pribadi. Dan semoga laporan ini bermanfaat pula bagi perusahaan PT Petrokimia Gresik sebagai saran dan informasi. Dengan rendah hati dan tangan terbuka penulis berharap mendapat masukan berupa kritik dan saran dari berbagai pihak, agar penyusunan laporan ini dapat lebih baik.

Gresik, 20 November 2021

Penulis

---

---

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan dan Manfaat</b> .....	2
<b>1.2.1 Tujuan Kerja Praktik</b> .....	2
<b>1.2.2 Manfaat Kerja Praktik</b> .....	2
<b>1.3 Metodologi Kerja Praktik</b> .....	3
<b>1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik</b> .....	4
<b>1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik</b> .....	4
<b>BAB II PROFIL PT PETROKIMIA GRESIK</b> .....	5
<b>2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Petrokimia gresik</b> .....	5
<b>2.2 Visi dan Misi PT Petrokimia gresik</b> .....	5
<b>2.2.1 Visi</b> .....	5
<b>2.2.2 Misi</b> .....	6
<b>2.2.3 Tata Nilai</b> .....	6
<b>2.3 Lokasi PT Petrokimia gresik</b> .....	7
<b>2.4 Struktur Organisasi PT Petrokimia Gresik</b> .....	8
<b>2.5 Produk PT Petrokimia Gresik</b> .....	9
<b>2.6 Anak Perusahaan PT Petrokimia Gresik</b> .....	33
<b>2.6.1 Anak Perusahaan</b> .....	33
<b>2.6.2 Joint Venture</b> .....	33
<b>2.6.3 Perusahaan Patungan</b> .....	33
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	34
<b>3.1 Pemasaran</b> .....	34
<b>3.1.1 Pengertian Pemasaran</b> .....	34
<b>3.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran</b> .....	34

---

<b>3.2 Produk</b> .....	35
<b>3.2.1 Pengertian Produk</b> .....	35
<b>3.2.2 Siklus Hidup Produk</b> .....	35
<b>3.3 <i>New Product Development</i> (NPD)</b> .....	37
<b>3.3.1 Pengertian <i>New Product Development</i> (NPD)</b> .....	37
<b>3.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>New Product Development</i> (NPD)</b> .....	37
<b>3.3.3 Tahap-tahap <i>New Product Development</i> (NPD)</b> .....	37
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	40
<b>4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja</b> .....	40
<b>4.2 Tugas Unit Kerja</b> .....	40
<b>4.3 Penjelasan Singkat Tentang Unit Kerja</b> .....	40
<b>4.4 Tugas Khusus</b> .....	41
<b>4.4.1 Tujuan Tugas Khusus</b> .....	41
<b>4.4.2 Analisis Tugas dan Pembahasan</b> .....	41
<b>4.5 Kegiatan Kerja Praktik</b> .....	43
<b>4.6 Jadwal Kerja Praktik</b> .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	45
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	45
<b>5.2 Saran</b> .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	46
<b>LAMPIRAN</b> .....	47
<b>LAMPIRAN</b> .....	48
<b>LAMPIRAN</b> .....	49

---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perubahan status perusahaan.....	5
Gambar 2.1 Bagan struktur organisasi PT Petrokimia Gresik.....	8
Gambar 2.2 Pupuk Urea.....	9
Gambar 2.3 Pupuk ZA Petro.....	10
Gambar 2.4 Pupuk SP-36 Petro.....	11
Gambar 2.5 Pupuk Phonska.....	12
Gambar 2.6 Pupuk Petroganik.....	13
Gambar 2.7 Pupuk Cair Phonska Oca.....	14
Gambar 2.8 Pupuk Phonska Plus.....	15
Gambar 2.9 Pupuk ZK Petro.....	16
Gambar 2.10 Pupuk KCL.....	17
Gambar 2.11 Pupuk Rock Phospate.....	18
Gambar 2.12 Pupuk Petro Niphos.....	19
Gambar 2.13 Pupuk Petro Nitrat.....	19
Gambar 2.14 Pupuk Petro Ningrat.....	20
Gambar 2.15 Pupuk Petro Biofertil.....	21
Gambar 2.16 Petro Ponic.....	22
Gambar 2.17 Petro CAS.....	23
Gambar 2.18 Kapur Pertanian Kebomas.....	24
Gambar 2.19 Petro Gladiator.....	25
Gambar 2.20 Petro Biofeed.....	26
Gambar 2.21 Petro Chick.....	27
Gambar 2.22 Petro Fish.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Departemen Riset PT Petrokimia Gresik.....	40
Gambar 4. 2 Proses Bisnis Kegiatan Riset.....	43





## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal kerja praktik .....	44
--------------------------------------	----

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang menjadi ujung tombak dan kunci keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan organisasi yang ingin dicapai yaitu selalu hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam memperoleh keuntungan tidaklah mudah bagi perusahaan, sebab makin tajamnya persaingan yang terjadi pada saat sekarang ini.

Dunia bisnis di jaman sekarang ini memiliki tingkat persaingan yang semakin ketat dan meningkat, barang ataupun jasa yang ditawarkan para pesaing banyak yang mempunyai kesamaan antara produk yang satu dengan produk lain. Hal ini dapat terjadi dikarenakan suatu produk yang laris di pasaran sehingga para pesaing akan mengikuti untuk menghasilkan produk sejenis. Pencapaian tujuan perusahaan dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik dan cermat untuk menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dipilih yaitu strategi pengembangan produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) pengembangan produk adalah strategi pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk dan merk baru melalui Research & Development perusahaan sendiri.

Pengembangan produk menjadi salah satu strategi usaha dalam perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam meningkatkan volume penjualan sehingga menambah keuntungan atau laba perusahaan. Strategi pengembangan produk dapat terlaksana dengan tepat jika perusahaan selalu berinteraksi langsung dengan konsumen yang bertujuan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Metode dari pengembangan produk dapat dilakukan dalam bentuk pengembangan kualitas, desain, kemasan, dan pelayanan yang diberikan pada konsumen. Hal ini diharapkan dapat menarik konsumen baru untuk datang. Bila konsumen bertambah maka tingkat penjualan dan keuntungan akan semakin besar.

Lokasi tempat penelitian, peneliti mengambil tempat di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik. Perusahaan ini merupakan perusahaan terbesar yang bergerak di bidang pupuk serta *agrosolution*. Departemen Riset merupakan poros dari pengembangan produk di PT Petrokimia Gresik. Pentingnya pengembangan produk pada suatu perusahaan, membuat Departemen Riset terus berkembang untuk mampu terus bersaing dengan produk pesaing dan juga untuk meningkatkan penjualan produk dari PT Petrokimia Gresik.

---

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian berjudul **“IMPLEMENTASI STRATEGI *NEW PRODUCT DEVELOPMENT* DI DEPARTEMEN RISET PT PETROKIMIA GRESIK“**.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan Kerja Praktik**

Adapun tujuan dari program kerja praktik di PT Petrokimia Gresik ini adalah sebagai berikut:

#### **1.2.1.1 Tujuan Umum**

Dengan adanya kerja pratik ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan juga wawasan baru terhadap dunia kerja yang sesungguhnya dan menguji kesiapan memasuki dunia kerja.

#### **1.2.1.2 Tujuan Khusus**

1. Sebagai wadah dalam mengaplikasikan teori dan keterampilan praktisi yang pernah diperoleh selama mengikuti kontrak perkuliahan ke dalam praktik dunia kerja sesungguhnya;
2. Mahasiswa mampu mempersiapkan hal-hal teknis yang diperlukan untuk melaksanakan suatu aktivitas kerja sesuai dengan kondisi tempat praktik kerja;
3. Sebagai sarana untuk membandingkan teori yang pernah diperoleh dalam perkuliahan dengan praktik kerja yang sesungguhnya;
4. Mengenal tentang berbagai masalah yang sering terjadi di lapangan kerja;
5. Mahasiswa mampu meyampaikan hasil laporan praktik kerja kepada pembimbing lapangan dan dosen pembimbing secara akurat dan tepat waktu.

### **1.2.2 Manfaat Kerja Praktik**

Manfaat dari pelaksanaan kerja praktik di PT Petrokimia Gresik adalah sebagai berikut:

#### **1.2.2.1 Bagi Perguruan Tinggi**

- a) Sebagai sarana untuk membina kerjasaman yang baik antara Universitas dengan pihak Perusahaan;
  - b) Sebagai bentuk tolak ukur kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja setelah kelulusan;
  - c) Sebagai bahan evaluasi atas laporan kerja praktik yang dilakukan untuk menyesuaikan kurikulum di masa yang akan datang lebih baik lagi.
-

#### 1.2.2.2 Bagi Perusahaan

- a) Meningkatnya produktivitas perusahaan karena mendapatkan tenaga bantuan dari mahasiswa yang melakukan praktik;
- b) Merupakan sarana penghubung antara instansi atau perusahaan dan Lembaga Pendidikan tinggi;
- c) Adanya informasi, kritik, dan saran dari mahasiswa yang melaksanakan kerja praktik sehingga mampu membangun perusahaan.

#### 1.2.2.3 Bagi Mahasiswa

- a) Untuk mengaplikasikan pengetahuan teori yang telah diperoleh di perkuliahan dengan kondisi dunia kerja;
- b) Dapat mempersiapkan Langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam dunia kerja dimasa mendatang;
- c) Mendapatkan pengalaman, ilmu dan keterampilan baru dibidang praktik dan menjadikannya bekal dalam menjalani jenjang karir selanjutnya;
- d) Mahasiswa mampu mengetahui kemampuan mereka setelah melakukan praktik kerja ini.

### 1.3 Metodologi Kerja Praktik

Metodologi yang digunakan untuk memperoleh data dalam pelaksanaan kerja praktik antara lain:

#### a. Studi Literatur

Menurut Sugiyono (2012) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, selain itu studi kepustakaan juga sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.

Berdasarkan pengertian diatas, penulis menggunakan studi literatur sebagai dasar untuk mengetahui proses kegiatan yang ada di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik.

#### b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Berdasarkan pengertian diatas, penulis menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi proses kerja di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik. Dalam wawancara terdapat tahapan-tahapan yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yaitu:

1. Membuat pedoman pertanyaan wawancara, sehingga pertanyaan yang diberikan sesuai dengan tujuan wawancara tersebut
  2. Menentukan narasumber wawancara
  3. Menentukan lokasi dan waktu wawancara
  4. Melakukan proses wawancara
  5. Dokumentasi
  6. Memastikan hasil wawancara telah sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti
  7. Merekap hasil wawancara
- c. Mengikuti Ketentuan Kegiatan Perusahaan

Praktik kerja lapangan menurut Oemar Hambalik (2001: 21) adalah Praktik kerja lapangan atau di sekolah sering disebut dengan on the job training merupakan model pelatihan yang bertujuan untuk memberikan kecakapan yang diperlukan dalam pekerjaan tertentu sesuai dengan tuntutan kemampuan bagi pekerja. Dengan mengikuti ketentuan kegiatan untuk mahasiswa kerja praktik dari perusahaan, penulis bisa mendapatkan data sebagai penunjang laporan kerja praktik.

#### **1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik**

Adapun waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik sebagai berikut:

Tempat : Departemen Riset PT Petrokimia Gresik

Alamat : Jl. Noto Prayitno No.19, Karangturi, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121

Waktu : 30 September-30 Oktober 2021

#### **1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik**

Adapun unit kerja tempat pelaksanaan kerja praktik sebagai berikut:

Unit Kerja : Departemen Riset, PT Petrokimia Gresik

## BAB II PROFIL PT PETROKIMIA GRESIK

### 2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Petrokimia Gresik

PT Petrokimia Gresik merupakan pabrik pupuk terlengkap di Indonesia, yang pada awal berdirinya disebut Proyek Petrokimia Surabaya. Kontrak pembangunannya ditandatangani pada tanggal 10 Agustus 1964, dan mulai berlaku pada tanggal 8 Desember 1964. Proyek ini diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia, HM. Soeharto pada tanggal 10 Juli 1972, yang kemudian tanggal tersebut ditetapkan sebagai hari jadi PT Petrokimia Gresik.

PT Petrokimia Gresik saat ini menempati areal lebih dari 450 hektar di Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Total produksi saat ini mencapai 8,9 juta ton/tahun, terdiri dari produk pupuk sebesar 5 (lima) juta ton/tahun, dan produk non pupuk sebanyak 3,9 juta ton/tahun. Anak Perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero) ini bertransformasi menuju perusahaan Solusi Agroindustri untuk mendukung tercapainya program Ketahanan Pangan Nasional, dan kemajuan dunia pertanian.

Struktur Pemegang Saham PT Petrokimia Gresik adalah PT Pupuk Indonesia (Persero) yang memiliki 2.393.033 lembar saham atau senilai Rp2.393.033.000.000 (99,9975%) dan Yayasan Petrokimia Gresik yang memiliki 60 lembar saham atau senilai Rp60.000.000 (0,0025%). Jumlah karyawan PT Petrokimia Gresik per 30 Juli 2021 sebanyak 2.123 orang.



Gambar 1.1 Perubahan status perusahaan

(Sumber: petrokimia-gresik.com, 2021)

### 2.2 Visi dan Misi PT Petrokimia Gresik

#### 2.2.1 Visi

Menjadi produsen pupuk dan produk kimia lainnya yang berdaya saing tinggi dan produknya paling diminati konsumen.

### 2.2.2 Misi

1. Mendukung penyediaan pupuk nasional untuk tercapainya program swasembada pangan;
2. Meningkatkan hasil usaha untuk menunjang kelancaran kegiatan operasional dan pengembangan usaha Perusahaan;
3. Mengembangkan potensi usaha untuk mendukung industri kimia nasional dan berperan aktif dalam *community development*.

### 2.2.3 Tata Nilai

1. Amanah
    - Definisi : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
    - Panduan Perilaku :
      1. Memenuhi janji dan komitmen;
      2. Bertanggung jawab atas tugas, keputusan dan tindakan yang dilakukan;
      3. Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.
  2. Kompeten
    - Definisi : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
    - Panduan Perilaku :
      1. Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah;
      2. Membantu orang lain belajar;
      3. Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.
  3. Harmonis
    - Definisi : Saling peduli dan menghargai perbedaan
    - Panduan Perilaku :
      1. Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya;
      2. Suka menolong orang lain;
      3. Membangun lingkungan kerja yang kondusif.
  4. Loyal
    - Definisi : Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan negara
    - Panduan Perilaku :
      1. Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN dan Negara;
      2. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar;
      3. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.
      4. Membangun lingkungan kerja yang kondusif.
  5. Adaptif
    - Definisi : Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan
    - Panduan Perilaku :
-

1. Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik;
  2. Terus-menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi;
  3. Bertindak proaktif.
6. Kolaboratif
- Definisi : Membangun kerja sama yang sinergis
  - Panduan Perilaku :
    1. Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi;
    2. Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah;
    3. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan Bersama.

Akronim dari Tata Nilai PT Petrokimia Gresik adalah **AKHLAK**, dengan proses pembentukan akronim sebagai berikut :

**A**manah

**K**ompeten

**H**armonis

**L**oyal

**A**daptif

**K**olaboratif

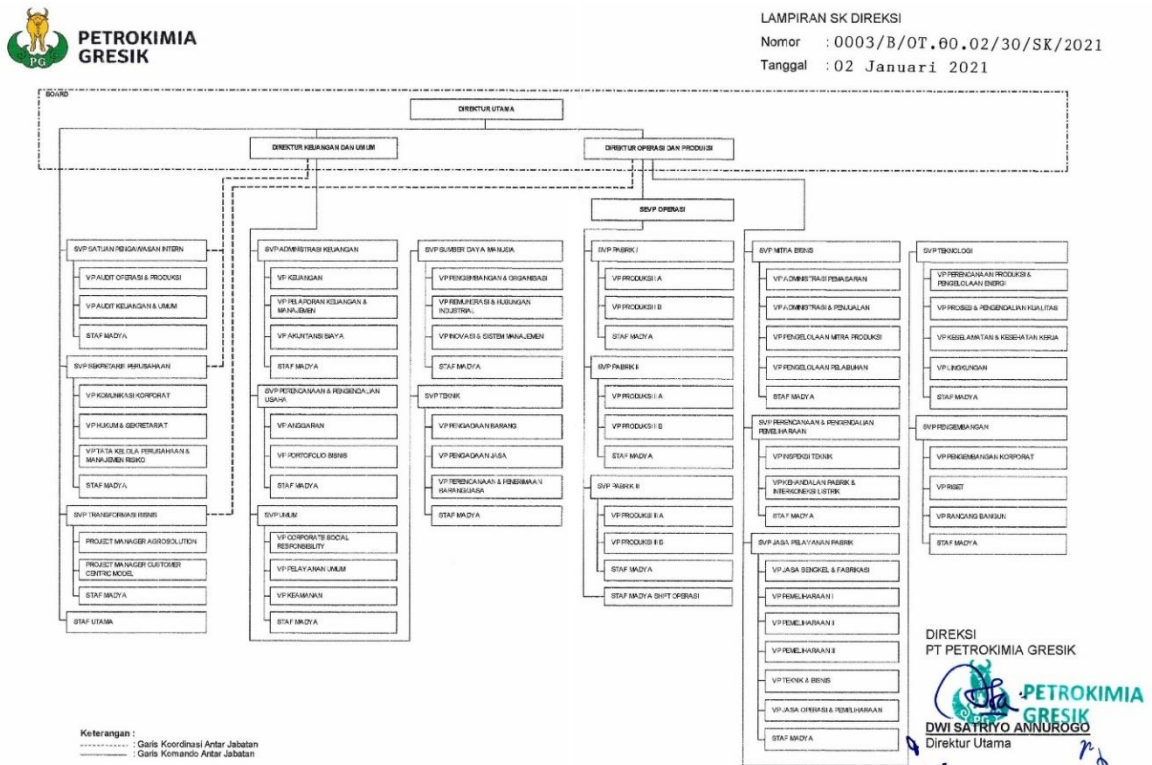
### **2.3 Lokasi PT Petrokimia Gresik**

- Kantor Pusat  
Graha Sarana PT Petrokimia Gresik  
Jl. Jendral A Yani, Ngipik, Karangpoh, Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61118
- Pabrik PT Petrokimia Gresik  
Jl. Gubernur Suryo No.194, RW.RT 03, Pojok, Tlogopojok, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61114
- Kebun Percobaan PT Petrokimia Gresik  
Jl. Noto Prayitno No.19, Karangturi, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121



### 2.4 Struktur Organisasi PT Petrokimia Gresik

Struktur organisasi dibuat bertujuan untuk mengatur dan menetapkan tugas serta tanggung jawab kepada perorangan juga dapat mempermudah untuk mengontrol pekerjaan yang dilakukan. Adapun struktur organisasi PT Petrokimia Gresik sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan struktur organisasi PT Petrokimia Gresik

(Sumber: petrokimia-gresik.com, 2021)

## 2.5 Produk PT Petrokimia Gresik

Adapun produk-produk yang dihasilkan oleh PT Petrokimia Gresik menurut website petrokimia-gresik.com, antara lain:

1. Pupuk
  - a) Urea



Gambar 2.2 Pupuk Urea

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

- i. Spesifikasi:
  - Kadar air maksimal 0,50%
  - Kadar Biuret maksimal 1%
  - Kadar Nitrogen minimal 46%
  - Bentuk butiran tidak berdebu
  - Warna putih (non subsidi)
  - Warna pink untuk Urea Bersubsidi
  - Dikemas dalam kantong dengan isi 50 kg
- ii. Manfaat unsur hara Nitrogen yang dikandung pupuk Urea:
  - Membuat bagian tanaman lebih hijau dan segar
  - Mempercepat pertumbuhan
  - Menambah kandungan protein hasil panen

- b) ZA

Pupuk ZA Amonium Sulfat meningkatkan produksi hasil tebu dan hablur gula (rendaman), dan tanaman hijau lebih segar.



Gambar 2.3 Pupuk ZA Petro

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi:

- Nitrogen minimal 20,8%
- Belerang minimal 23,8%
- Kadar air maksimal 1%
- Kadar asam bebas sebagai  $H_2SO_4$  maksimal 0,1%
- Bentuk kristal
- Warna putih
- Warna orange untuk ZA bersubsidi
- Dikemas dalam kantong bercap Kebau Emas dengan isi 50kg

ii. Manfaat unsur hara:

Sulfur (s) :

- Meningkatkan produksi hasil tebu dan hablur gula (Rendaman)
- Meningkatkan kelas mutu hasil panen dengan memperbaiki warna, aroma, rasa dan besar umbi serta lebih kesat
- Membantu tanaman lebih hijau

iii. Nitrogen (N) :

- Membuat tanaman lebih hijau segar
- Mempercepat dan meningkatkan pertumbuhan tanaman yaitu tinggi tanaman, jumlah cabang, dan jumlah anakan
- Meningkatkan kandungan protein hasil panen

c) SP-36



Gambar 2.4 Pupuk SP-36 Petro

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kadar  $P_2O_5$  total minimal 36%
- Kadar  $P_2O_5$  larut Asam Sitrat minimal 34%
- Kadar  $P_2O_5$  larut dalam air minimal 30%
- Kadar air maksimal 5%
- Kadar Asam Bebas sebagai  $H_3PO_4$  maksimal 6%
- Bentuk butiran
- Warna abu-abu
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50 kg

ii. Manfaat

- Sebagai sumber unsur hara Fosfor bagi tanaman
- Memacu pertumbuhan akar dan sistim perakaran yang baik
- Memacu pembentukan bunga dan masaknya buah/biji
- Mempercepat panen
- Memperbesar prosentase terbentuknya bunga menjadi buah/biji
- Menambah daya tahan tanaman terhadap gangguan hama, penyakit dan kekeringan

d) Phonska

Pupuk Phonska merupakan pupuk majemuk lengkap bermutu.



Gambar 2.5 Pupuk Phonska

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Bentuk granul
- Larut dalam air
- Warna pink/merah muda
- Kemasan 50kg

ii. Manfaat

- Meningkatkan produksi dan kualitas panen, karena petani tidak wajib lagi menambahkan pupuk-pupuk lain untuk tanamannya, sehingga penggunaan pupuk Phonska ini dapat memperkecil risiko rugi
- Menambah daya tahan tanaman terhadap gangguan hama, penyakit, dan kekeringan
- Menjadikan tanaman lebih hijau dan lebih segar karena banyak mengandung butir hijau daun.
- Memacu pertumbuhan akar dan sistem perakaran yang baik.
- Memacu pembentukan bunga, mempercepat panen, dan menambah kandungan protein.

e) Petroganik

Pupuk Petroganik diperkaya dengan Asam Humat, ZPT, dan unsur mikro. Bebas Biji Gulma dan Bakteri Patogen.



Gambar 2.6 Pupuk Petroganik

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- C-organik: minimal 15%
- C/N: ratio 15-25
- Kadar air: Maksimal 8-20%
- pH: 4-9
- Warna: Coklat kehitaman

ii. Manfaat

- Memperbaiki struktur dan tata udara tanah sehingga penyerapan unsur hara oleh akar tanaman menjadi lebih baik
- Meningkatkan daya sangga air tanah sehingga ketersediaan air dalam tanah menjadi lebih baik
- Menjadi penyangga unsur hara dalam tanah sehingga pemupukan menjadi lebih efisien
- Sesuai untuk semua jenis tanah dan tanaman

f) Phonska Oca

Phonska Oca merupakan pupuk organik cair yang diperkaya mikroba



Gambar 2.7 Pupuk Cair Phonska Oca

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- C-organik: minimal 6%
- pH: 4-9

ii. Manfaat

- Mempercepat pertumbuhan dan perkembangan tanaman

g) Phonska Plus

Pupuk majemuk NPK yang diperkaya dengan unsur Sulfur & Zink. Dapat meningkatkan efisiensi & efektifitas penggunaan pupuk sehingga jumlah & mutu hasil panen pun mengalami peningkatan.



Gambar 2.8 Pupuk Phonska Plus

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- N (Nitrogen) : 15%
- P<sub>2</sub>O<sub>5</sub> (Fosfat) : 15%
- K (Kalium) : 15%
- S (Sulfur) : 9%
- Zn (Zink) : 2.000 ppm
- Bentuk : Granul
- Sifat : Larut dalam air
- Warna : Putih (Natural White)
- Kemasan : 25kg

ii. Manfaat

- Meningkatkan efektifitas & efisiensi penggunaan pupuk
- Meningkatkan jumlah & mutu hasil panen

h) ZK

Pupuk Kalium Sulfat yang memiliki keunggulan sumber unsur kalium (K) dan belerang (S) dengan kadar tinggi. Aman digunakan untuk semua jenis tanaman.





Gambar 2.9 Pupuk ZK Petro

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kalium K<sub>2</sub>O : 50%
- Sulfur : 17%
- Bentuk Warna : Serbuk Putih
- Kelarutan dalam air : 9,205gr / 100ml H<sub>2</sub>O

ii. Manfaat

- Meningkatkan penyerapan unsur hara khususnya Nitrogen dan Fosfor
- Membuat tanaman lebih tegak dan kokoh
- Meningkatkan ketahanan tanaman terhadap kekeringan dan hama penyakit
- Memperlancar proses metabolisme makanan di dalam tanah
- Meningkatkan kualitas hasil panen

i) KCL



Gambar 2.10 Pupuk KCL

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kadar  $K_2O$  : 60%
- Warna : Merah / Putih
- Bentuk : Kristal
- Sifat : Larut dalam air

ii. Manfaat

- Membuat tanaman lebih tegak dan kokoh
- Meningkatkan daya tahan tanaman terhadap serangan hama, penyakit, dan kekeringan
- Meningkatkan pembentukan gula dan pati
- Meningkatkan ketahanan hasil panen selama pengangkutan dan penyimpanan

j) Rock Phosphate



Gambar 2.11 Pupuk Rock Phosphate

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kadar  $P_2O_5$  : min. 28%
- Kadar air : maks. 1,59%
- Warna : kuning abu-abu
- Bentuk : Tepung
- Kemasan : karung plastik dengan berat 50 kg

ii. Manfaat

- Memacu pertumbuhan akar dan pembentukan perakaran yang baik
- Mempercepat pembentukan bunga serta masaknya buah dan biji
- Meningkatkan komponen hasil panen tanaman biji-bijian

k) Petro Niphos

Petro Niphos merupakan pupuk untuk fase vegetatif tanaman dan sayuran daun.



Gambar 2.12 Pupuk Petro Niphos  
(Sumber: petrokimia-gresik.com)

- i. Spesifikasi
  - N (Nitrogen) : 20%
  - $P_2O_5$  (Fosfat) : 20%
  - S (Sulfur) : 13%
- ii. Manfaat
  - Meningkatkan efisiensi dan efektifitas penggunaan pupuk
  - Meningkatkan jumlah dan mutu hasil panen

l) Petro Nitrat



Gambar 2.13 Pupuk Petro Nitrat  
(Sumber: petrokimia-gresik.com)

- i. Spesifikasi
  - N (Nitrogen) : 20%
  - $P_2O_5$  (Fosfat) : 20%
  - K (Kalium) : 16%
  
- ii. Manfaat
  - Dapat membuat tanaman lebih tegak dan kokoh
  - Merangsang pembentukan umbi dan buah
  - Cocok digunakan untuk lahan kering, serta larut dalam air sehingga mudah diserap tanaman.

#### m) Petro Nigrat



Gambar 2.14 Pupuk Petro Nigrat

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

- i. Spesifikasi
    - N (Nitrogen) : 12%
    - $P_2O_5$  (Fosfat) : 11%
    - $K_2O$  (Kalium) : 20%
  
  - ii. Manfaat
    - Meningkatkan kualitas daun tembakau serta kualitas tanaman hortikultura sensitif chlor
    - Memperbaiki warna, aroma, rasa, dan kelenturan tembakau
    - Membuat tanaman tegak dan kokoh serta lebih tahan serangan hama penyakit
    - Merangsang pertumbuhan umbi dan buah
-

n) Petro Bio Fertil

Petro Bio Fertil adalah pupuk hayati (biofertilizer) yang dapat meningkatkan kesuburan biologis tanah, sesuai untuk semua jenis tanah dan tanaman, ramah lingkungan & tidak berbahaya bagi tanaman.



Gambar 2.15 Pupuk Petro Biofertil

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Bahan Aktif :
  - Mikroba penambat N dan penghasil zat pengatur tumbuh (ZPT)
  - Mikroba pelarut fosfat.
  - Mikroba perombak bahan organik.
- Bahan Pembawa : Mineral dan bahan organik
- Warna : Kecoklatan
- Bentuk : Granul

ii. Manfaat

- Mengefektifkan penggunaan pupuk an-organik, khususnya N dan P
- Meningkatkan ketersediaan hara N dan P dalam tanah sehingga meningkatkan hasil panen.

2. Non Pupuk

a) Petro Ponic

Petro Ponic merupakan nutrisi lengkap hidroponik yang mengandung unsur hara makro, dan unsur hara mikro lengkap yang cocok untuk tanaman sayuran daun.



Gambar 2.16 Petro Ponic

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

- i. Spesifikasi
  - Unsur Hara Makro
    - N: 486 ppm
    - P: 425 ppm
    - K: 469 ppm
    - S: 320 ppm
    - Mg: 30 ppm
    - Ca: 372 ppm
  - Unsur Hara Mikro
    - Fe: 4 ppm
    - Cu: 2 ppm
    - Zn: 1 ppm
    - Mn: 1,6 ppm
    - Mo: 0,2 ppm
    - B: 1 ppm
    - Cl: 0,1 ppm
- ii. Keunggulan
  - Larut sempurna dalam air
  - Mudah dalam aplikasi

b) Petro CAS

Petro CAS (Calcium Sulphate) dapat memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah serta meningkatkan produktifitas tanaman.



Gambar 2.17 Petro CAS

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kadar  $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$  : 90%
- Kadar  $\text{CaO}$  : 30%
- Kadar  $\text{SO}_3$  : 42%
- pH : 6-7
- Bentuk : powder
- Warna putih kecoklatan

ii. Manfaat

- Menyediakan unsur hara Ca dan S bagi tanaman
- Memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah sampai ke lapisan bawah (subsoil)
- Memperbaiki perakaran tanaman

c) Kapur Pertanian Kebomas

Kapur Pertanian Kebomas memperbaiki sifat fisik, kimia, dan biologi tanah pertanian dan tambak.





Gambar 2.18 Kapur Pertanian Kebomas

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Kadar  $\text{CaCO}_3$  : 85%
- Bentuk : tepung halus
- Warna putih
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50kg

ii. Manfaat

- Pada lahan pertanian dapat meningkatkan pH tanah menjadi netral, meningkatkan ketersediaan unsur hara dalam tanah, menetralkan senyawa-senyawa beracun baik organik maupun non anorganik, merangsang populasi & aktivitas mikroorganisme tanah
- Pada tanaman dapat memacu pertumbuhan akar dan membentuk perakaran yang baik, membuat tanaman lebih hijau dan segar serta mempercepat pertumbuhan, meningkatkan produksi dan mutu hasil panen
- Pada tambak dapat mempertinggi pH pada tambak yang rendah, menyediakan kapur untuk ganti kulit, memberantas hama penyakit, mempercepat proses penguraian bahan organik, meningkatkan kelebihan gas asam arang ( $\text{CO}_2$ ) yang dihasilkan oleh proses pembusukan
- Pada ikan & udang dapat mempercepat perkembangan ikan dan udang serta memudahkan reproduksi, meningkatkan produksi ikan dan udang.

d) Petro Gladiator

Dekomposet Petro Gladiator merupakan solusi tepat masalah sampah yang dapat mempercepat proses dekomposisi bahan organik menjadi kompos.



Gambar 2.19 Petro Gladiator

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

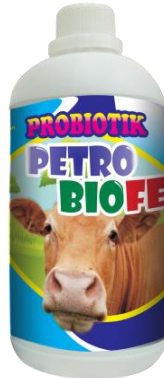
- Mengandung mikroba fungsional:
  - *Trichoderma* sp. (dekomposer lignoselulolitik)
  - *Bacillus* sp. (dekomposer selulolitik)
  - *Streptomyces* sp. (dekomposer selulolitik)
  - *Lactobacillus* sp. (penghasil asam)
- Berbentuk padat/serbuk (hitam), dan air (coklat)
- Mengandung bahan organik dan mineral

ii. Manfaat

- Mengandung mikroba unggul dari uji seleksi laboratorium dan uji seleksi lapang
- Mengandung *Trichoderma* sp. sebagai pengendali patogen tular tanah.
- Mempercepat proses dekomposisi dan meningkatkan kandungan hara bahan organik
- Mudah dalam aplikasi dan dapat digunakan pada semua jenis bahan organik
- Bebas benih gulma dan mikroba patogen yang merugikan

e) Petro Biofeed

Petro Biofeed adalah probiotik (suplemen yang berisi mikroba bermanfaat) yang dapat menambah bobot dan meningkatkan kesehatan ruminansia (sapi, domba, kambing, babi, kerbau, dan lain-lain).



Gambar 2.20 Petro Biofeed

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Mengandung komposisi mikroba yang menguntungkan, antara lain:
  - Lactobacillus sp.
  - Bacillus sp2
  - Bacillus sp3

ii. Manfaat

- Melancarkan metabolisme dalam tubuh ternak
- Menambah nafsu makan
- Menyeimbangkan jumlah mikroorganisme ilmiah (microflora) di dalam saluran pencernaan
- Meningkatkan produktivitas ternak
- Menjaga Kesehatan ternak

f) Petro Chick

Petro Chick merupakan probiotik unggas yang berbentuk cair, mudah diserap dalam pencernaan unggas. Meningkatkan kekebalan unggas dari serangan penyakit, menambah nafsu makan dan bobot badan.



Gambar 2.21 Petro Chick

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Memiliki kandungan
  - *Lactobacillus* sp., memperbaiki serapan nutrisi dalam sistem pencernaan sehingga menambah nafsu makan
  - *Bacillus* sp1, meningkatkan kemampuan mencerna protein untuk peningkatan bobot badan
  - *Bacillus* sp2, meningkatkan kekebalan unggas dari serangan penyakit

ii. Manfaat

- Meningkatkan kekebalan unggas dari serangan penyakit
- Menekan mortalitas dan meningkatkan produktivitas
- Memperbaiki serapan nutrisi dalam system pencernaan sehingga menambah nafsu makan
- Meningkatkan kemampuan mencerna protein sehingga menambah bobot badan

g) Petro Fish

Petro Fish merupakan inovasi baru Probiotik Petrofish menumbuhkan pakan alami dan mengandung mikroba yang menguntungkan.



Gambar 2.22 Petro Fish

(Sumber: petrokimia-gresik.com)

i. Spesifikasi

- Mengandung bahan aktif mikroorganisme, antara lain:
  - Lactobacillus sp
  - Nitrosomonas sp
  - Bacillus Subtilis
  - Bacillus sp

ii. Manfaat

- Prosentase kehidupan ikan/udang menjadi tinggi atau mortalitas benih ikan dan udang menurun
- Pertumbuhan pakan alami lebih banyak.
- Meningkatkan kualitas air
- Menghambat pertumbuhan patogen merugikan

h) Bahan Kimia

Selain menjual produk pupuk dan non pupuk, PT Petrokimia Gresik juga menghasilkan produk bahan kimia. Adapaun bahan kimia yang dihasilkan oleh PT Petrokimia Gresik menurut petrokimia-gresik.com antara lain:

1) AMONIAK (SNI 06-0045-1987)

i. Spesifikasi

- Kadar Amoniak minimal 99,5%
- Impuritis H<sub>2</sub>O maksimal 0,5%
- Minyak maksimal 10 ppm
- Bentuk cair

- ii. Kegunaan
  - Industri pupuk (Urea, ZA, DAP, MAP, dan Phonska)
  - Bahan kimia (Asam Nitrat, Amonium Nitrat, Soda Ash, Amonium Chlorida, dll)
  - Media pendingin (pabrik es, cold storage, refrigerator)
  - Industri makanan (MSG, Lysine)

## 2) ASAM SULFAT (SNI 06-0030-1996)

- i. Spesifikasi
  - Kadar  $H_2SO_4$  minimal 98%
  - Impuritis : Chlorida (Cl) maksimal 10 ppm, Nitrate ( $NO_3$ ) maksimal 5 ppm, Besi (Fe) maksimal 50 ppm, Timbal (Pb) maksimal 50 ppm
  - Bentuk cair
- ii. Kegunaan
  - Industri pupuk (ZA, SP 36, SP 18)
  - Bahan kimia (Asam Fosfat, Tawas, PAC, Serat Rayon, Alkohol, Detergen)
  - Industri makanan (bumbu masak (MSG), Lysine, dll)
  - Industri Tekstil, spiritus, utilitas pabrik, dan pertambangan

## 3) ASAM FOSFAT (SNI 06-2575-1992)

- i. Spesifikasi
  - Kadar  $P_2O_5$  minimal 50%
  - Impuritis :  $SO_3$  maksimal 4%, CaO maksimal 0,7%, MgO maksimal 1,7%,  $Fe_2O_3$  maksimal 0,6%,  $Al_2O_3$  maksimal 1,3%, Chlor maks. 0,04%, Flour maks. 1%
  - Suspended solid maks. 1%
  - Specific gravity maks. 1,7%
  - Warna coklat sampai hitam keruh
  - Bentuk cair
- ii. Kegunaan
  - Industri pupuk
  - Bahan kimia
  - Industri makanan (Lysine, MSG, pabrik gula, dll)

## 4) PURIFIED GYPSUM

- i. Spesifikasi
-

- $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$  : 91 % min
  - Combaine Water : 18 % min
  - $\text{H}_2\text{O}$  : 18 % max
  - $\text{P}_2\text{O}_5$  ws: 0.3 % max
  - $\text{P}_2\text{O}_5$  total: 0.5 % max
- ii. Kegunaan : Bahan baku penolong produk semen

#### 5) **NEUTRALIZED CRUDE GYPSUM**

- i. Spesifikasi
- $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ : 92 % min
  - Combaine Water : 19 % min
  - $\text{H}_2\text{O}$  : 20 % max
  - $\text{P}_2\text{O}_5$  ws : 0.5 % max
  - $\text{P}_2\text{O}_5$  total: 1.0 % max
  - Kegunaan : bahan baku pembuatan bata ringan, plasterboard, perkebunan

#### 6) **FLUOSILICIC ACID ( $\text{H}_2\text{SiF}_6$ )**

- i. Spesifikasi
- $\text{H}_2\text{SiF}_6$  (Purity): 16 % min
  - HF (free) : 0.80 % max
  - $\text{SO}_4$  : 0.25 % max
  - Ca : 0.20 % max
  - Pb : 0.01 % max

#### 7) **ALUMINIUM FLUORIDA (SNI 06-2603-1992)**

- i. Spesifikasi
- Kadar  $\text{AlF}_3$  minimal 94%
  - Impuritis : Silikat ( $\text{SiO}_2$ ) maksimal 0,20%,  $\text{P}_2\text{O}_5$  maks. 0,02%
  - Besi ( $\text{Fe}_2\text{O}_3$ ) maksimal 0,05%
  - Air sebagai  $\text{H}_2\text{O}$  maksimal 0,35%
  - Untamped density minimal 0,75 mg/ml
  - Hilang pijar 110-500 C maks. 1,00 %
  - Screen size +150 : 20-50 %
  - Screen size +200 : 50-75 %
  - Screen size +325 : 75-96 %
- ii. Kegunaan

- Untuk peleburan Aluminium

8) **KARBONDIOKSIDA CAIR (CO<sub>2</sub> CAIR) (SNI 06-2603-1992)**

i. Spesifikasi

- Kadar CO<sub>2</sub> minimal 99,9%
- Kadar H<sub>2</sub>O maks. 150 ppm
- H<sub>2</sub>S maksimal 0,1ppm
- Kadar SO<sub>2</sub> maksimal 1 ppm
- Benzene maksimal 0,02 ppm
- Asetaldehyde maksimal 0,2 ppm
- Total Hidrokarbon sebagai Metan maks. 50 ppm non Metan maks. 20 ppm
- Bentuk cair

ii. Kegunaan

- Untuk industri minuman berkarbonat
- Industri logam dan karoseri sebagai pendingin pada logam (welding) dan pengecoran
- Industri pengawetan

9) **KARBONDIOKSIDA KERING (DRY ICE) (SNI 06-0126-1987)**

i. Spesifikasi

- Kadar CO<sub>2</sub> minimal 99,7%
- Kadar H<sub>2</sub>O maks. 0,05%
- Karbon Monooksida maks. 10 ppm
- Minyak maks. 5 ppm
- Senyawa belerang dihitung sebagai H<sub>2</sub>S maks. 0,5 ppm
- Arsen tak ternyata

ii. Kegunaan

- Industri es krim sebagai pendingin
- Media pengawetan
- Pembuatan asap pada pementasan
- Cold strage (ekspor ikan tuna)

10) **ASAM CHLORIDA (HCl) (SNI 06-2557-1992)**

i. Spesifikasi

- Grade A kadar min. 32%, bentuk cair, tidak berwarna



- Grade B kadar min. 31%, bentuk cair, warna agak kekuningan
- Sisa pemijaran maks. 0,1%
- Sulfat sebagai  $\text{SO}_4$  maks. 0,012%
- Logam berat sebagai Pb maks. 0,0005%
- Chlor bebas sebagai  $\text{Cl}_2$  maks. 0,005%

ii. Kegunaan

- Industri makanan (lysine, dll)
- Industri kimia
- Bahan pembersih

11) **NITROGEN (SNI 06-0042-1987)**

**Produk Nitrogen Gas dijual menggunakan jalur pipa**

i. Spesifikasi

- Kadar Nitrogen ( $\text{N}_2$ ) minimal 99,50%
- Kadar Oksigen ( $\text{O}_2$ ) maksimal 100 ppm

ii. Kegunaan

- Industri kimia (bahan baku amoniak, dll)
- Industri pembersih peralatan pabrik

12) **HIDROGEN (SNI 06-0041-1987)**

**Produk Hidrogen Gas dijual menggunakan jalur pipa.**

i. Spesifikasi

- Kadar Hidrogen ( $\text{H}_2$ ) minimal 79%

ii. Kegunaan

- Industri kimia (bahan baku amoniak, oktanol, hidrogen peroksida, dll)

i) Jasa

Adapun produk jasa yang dikelola oleh PT Petrokimia Gresik menurut petrokimia-gresik.com antara lain:

- 1) Produk Jasa Engineering
  - 2) Produk Jasa Keahlian
  - 3) Produk Jasa Diklat
  - 4) Produk Jasa Laboratorium dan Kalibrasi
  - 5) Produk Jasa Pelabuhan
  - 6) Produk Utilitas Air Demin
  - 7) Sewa Tanah dan Bangunan
-

## 2.6 Anak Perusahaan PT Petrokimia Gresik

### 2.6.1 Anak Perusahaan

1. PT Petrosida Gresik  
Saham: 99,99%  
Bisnis Utama: Formulatro pestisida dan perdagangan pupuk.
2. PT Petrokimia Kayaku  
Saham: 60,00%  
Bisnis Utama: Formulatro pestisida dan produk bio.

### 2.6.2 Joint Venture

1. PT Petro Jordan Abadi  
Saham: 50,00%  
Bisnis Utama: Produsen asam fosfat.

### 2.6.3 Perusahaan Patungan

1. PT Kawasan Industri Gresik  
Saham: 35,00%  
Bisnis Utama: Pengelolaan kawasan industri.
  2. PT Pupuk Indonesia Energi  
Saham: 10,00%  
Bisnis Utama: Industri, pembangunan, perdagangan, dan jasa energi.
  3. PT Petrocentral  
Saham: 9,80%  
Bisnis Utama: Produsen *sodium tri poli phosphate* (STTP).
  4. PT Puspelindo  
Saham: 3,50%  
Bisnis Utama: Produsen peralatan pabrik.
  5. PT Petronika  
Saham: 20,00%  
Bisnis Utama: Produsen *dioctyl phthalate* (DOP).
  6. PT Pupuk Indonesia Pangan  
Saham: 10,00%  
Bisnis Utama: Perindustrian dan perdagangan dibidang pertanian.
  7. Asean Potash Chaiyaphum  
Saham: 5,96%  
Bisnis Utama: Produsen MOP (*Muriate of Potash*) atau KCl
  8. PT Petrowidada  
Saham: 1,48%  
Bisnis Utama: Produsen *Phthalic Anhydride* (PA)
-

## **BAB III**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **3.1 Pemasaran**

##### **3.1.1 Pengertian Pemasaran**

Setiap perusahaan akan memasuki sebuah pasar yang dituju dan memasarkan produk atau jasa pada konsumen dipasar tersebut. Pemasaran ini dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mendapatkan target penjualan yang maksimal sesuai dengan usaha yang dilakukan dalam menghasilkan produk atau jasa, dan memenuhi tujuan perusahaan itu sendiri.

Menurut Sudaryono (2016) Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Menurut Shinta (2011) pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa dari produsen sampai konsumen

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan suatu organisasi yang meliputi merencanakan produk, menetapkan harga, promosi, dan pendistribusian barang untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui pertukaran sehingga menciptakan nilai bagi pelanggan yang bertujuan untuk mendapatkan tempat di pasar yang di sasar.

##### **3.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran**

Pengertian bauran pemasaran atau marketing mix menurut Agustina Shinta (2011) adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Adapun unsur-unsur dalam bauran pemasaran menurut Kotler & Amstrong (2008) sebagai berikut:

- a. Produk (Product), yaitu kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
- b. Harga (Price), yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk.

- c. Distribusi (Place), adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
- d. Promosi (Promotion), yaitu aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

## 3.2 Produk

### 3.2.1 Pengertian Produk

Dalam menghasilkan produk pada suatu perusahaan harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Sudaryono (2016) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Menurut Setyaningrum dkk (2015) produk adalah kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa produk bisa berupa manfaat nyata (*tangible*) maupun tidak nyata (*intangible*) untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang berpotensi memuaskan pelanggan.

### 3.2.2 Siklus Hidup Produk

Suatu produk memiliki tahapan kehidupan yaitu siklus hidup produk. Siklus hidup produk yang disebut juga *Product Life Cycle* (PLC), yaitu suatu grafik yang menggambarkan tahap-tahap yang berbeda dalam riwayat perjalanan suatu produk sejak pertama kali dipublikasikan ke pasar sampai dengan penarikannya dari pasar (Kotler dkk, 2009). Adapun tahapan dalam siklus hidup produk yang dibagi dalam 4 tahap yaitu: pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan.

#### 1. Tahap Pengenalan

Pada tahap pengenalan waktu dibutuhkan relatif banyak untuk menghasilkan produk baru, mengatasi masalah teknis, mengisi saluran distribusi, dan mendapatkan penerimaan konsumen sehingga mengakibatkan lambatnya pertumbuhan penjualan. Laba rendah dan biaya untuk promosi mempunyai efek yang kurang baik terhadap penjualan karena kebutuhan untuk (1) memberitahu konsumen potensial, (2) mendorong percobaan produk, dan (3) melindungi distribusi di gerai eceran.

#### 2. Tahap Pertumbuhan

Periode dimana terjadi penerimaan pasar yang cukup cepat dan peningkatan laba yang cukup besar. Selama tahap pertumbuhan, perusahaan menerapkan strategi dalam mempertahankan pertumbuhan pasar yang besar dengan:

- a. Perusahaan memperbaiki kualitas produk dan menambah fitur produk baru serta perbaiki gaya.
-

- b. Perusahaan menambah model baru dan produk petarung/flanker (misalnya, produk dengan ukuran, rasa, dan hal lain yang berbeda yang melindungi produk utama).
    - c. Perusahaan merambah segmen pasar yang baru di pasar sasaran.
    - d. Perusahaan meningkatkan cakupan distribusinya dan memasuki saluran distribusi baru.
  3. Tahap Kedewasaan  
Periode dimana terjadi penurunan pertumbuhan penjualan yang disebabkan produk sudah diterima dan dibeli oleh sebagian pembeli pada pasar sasaran. Tahap kedewasaan memiliki 3 fase, yaitu:
    - a. Fase pertumbuhan, tingkat pertumbuhan penjualan mulai menurun. Saluran distribusi baru yang diisi tidak ada dan munculnya kekuatan persaingan baru.
    - b. Fase kestabilan, penjualan mendatar pada basisi perkapita karena kejenuhan pasar. Sebagian konsumen potensial telah mencoba produk, dan penjualan masa depan diatur oleh pertumbuhan populasi dan permintaan pergantian.
    - c. Fase kedewasaan yang terkikis, tingkat penjualan penuh mulai mengalami menurun, dan pelanggan mulai beralih ke produk lain.
  4. Tahap Penurunan  
Periode dimana penjualan mengalami penurunan dan laba yang rendah. Menurunnya penjualan menurun disebabkan oleh kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan dari dalam maupun luar negeri. Menurut Kotler, dkk (2009) terdapat tiga kategori khusus dalam siklus hidup produk, yaitu:
    1. Gaya  
Gaya adalah jenis ekspresi dasar dan berbeda yang muncul dalam bidang usaha manusia. Contoh gaya di bidang perusahaan (colonial, peternakan, Cape Cod); bidang pakaian (formal, santai, funky); dan bidang seni (realis, surealis, abstrak). Gaya dapat bertahan selama beberapa generasi dan menjadi tren yang datang dan pergi.
    2. Mode  
Mode adalah gaya yang terkenal saat ini dalam bidang tertentu. Mode memiliki empat tahap, yaitu: tahap perbedaan, tahap emulasi, tahap mode massal, dan tahap penurunan.
    3. Fad  
Fad adalah mode yang cepat dilihat masyarakat, diadopsi dengan antusiasme besar, cepat mencapai puncak, dan menurun dengan sangat cepat.
-

### **3.3 New Product Development (NPD)**

#### **3.3.1 Pengertian *New Product Development* (NPD)**

Menurut Danang Sunyoto (2013) pengembangan produk (*product development*) adalah kegiatan-kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barangbarang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli. Pengembangan produk meliputi penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, labeling, cap tanda, pembungkus, dan sebagainya untuk menyesuaikan selera konsumen.

Definisi pengembangan produk menurut Assauri (2015) adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan dayaguna maupun daya pemuas yang lebih besar.

#### **3.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *New Product Development* (NPD)**

Usaha untuk melakukan pengembangan produk ini terdapat beberapa faktor yang mendorong baik yang bersifat intern dan ekstern. Faktor intern yang mendorong pengembangan produk adalah:

- a. Sering terjadi kapasitas yang berlebih dalam perusahaan, sehingga untuk menghindarinya perlu melakukan penyelidikan penyebabnya dan mencari penyelesaiannya dengan usaha pengembangan produk.
- b. Adanya produk lainnya yang mungkin masih dapat diolah menjadi suatu jenis produk lain.
- c. Munculnya ide usaha untuk memanfaatkan bahan yang sudah ada dalam memproduksi suatu produk yang bernilai tinggi.

Faktor estern yang mendorong pengembangan produk adalah:

- a. Adanya tingkat persaingan yang dekat dengan produk pesaing lain, dimana produk pesaing lain memiliki keunggulan.
- b. Adanya usaha menjadi leader dalam memproduksi jenis produk tertentu, disamping untuk menaikkan posisi.
- c. Terjadi penurunan dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, karena adanya perbedaan dengan produk lain yang lebih murah.

#### **3.3.3 Tahap-tahap *New Product Development* (NPD)**

Program pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya adalah untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, para eksekutif puncak, khususnya yang berhubungan dengan program ini, dituntut haruslah benar-benar mengembangkan dan mengelola produknya dengan sebaik mungkin. Untuk mencapai hal itu, perusahaan tentuharus

---

mengikuti langkah-langkah dari pengembangan produk ini secara sistematis. 7 Tahap proses pengembangan produk:

a. Gagasan produk

Pengembangan produk dimulai dengan pencarian gagasan bagi produk-produk baru. Para manajer puncak harus mendefinisikan produk dan pasar yang ingin ditekankannya menyatakan tujuan produk baru itu. Merek juga harus menyatakan berapa banyak usaha yang harus dicurahkan untuk mengembangkan produk terobosan, memodifikasi produk lama dan meniru produk pesaing.

b. Penyaringan

Tahap ini dirancang untuk menghilangkan seluruh gagasan produk yang tidak berhubungan dengan kemampuan atau tujuan perusahaan. Para perwakilan dari pemasaran, teknis dan produksi harus memberikan input pada tahap ini.

c. Pengujian konsep

Setelah gagasan disaring, perusahaan menggunakan riset pasar untuk mendapatkan input dari konsumen tentang manfaat dan harga. Gagasan yang telah melewati tahap penyaringan kemudian dilanjutkan dengan membuat konsep serta dilanjutkan dengan mengembangkan konsep produk tersebut. Pada dasarnya konsumen tidak membeli gagasan dari suatu produk melainkan konsep dari produk tersebut. Dari berbagai konsep produk yang ada kemudian dilakukan pengujian yang pada akhirnya di pilih konsep produk yang paling tepat.

d. Analisis bisnis

Setelah mengumpulkan opini konsumen, Adapun cara mengevaluasi usulan dengan cara membuat suatu perkiraan tentang tingkat penjualan, biaya produksi, dan keuntungan yang diharapkan sesuai dengan sasaran perusahaan. Analisis usaha biasanya selalu berubah-ubah dalam melakukan perbaikan, jika didapatkan informasi yang baru, sehingga perkiraan yang dibuat semakin mendekati kebenaran.

e. Pengembangan prototipe

Sewaktu perusahaan telah menentukan potensi profitabilitas produk. Bagian teknik atau riset dan pengembangan akan membuat prototipe. Prototipe ini dapat menjadi sangat mahal, yang sering kali memerlukan peralatan dan pengembangan komponen yang ekstensif.

f. Pengujian produk dan uji pemasaran

Dengan menggunakan hal-hal yang dipelajari dari prototipe, perusahaan menjalankan produksi yang terbatas. Kemudian perusahaan dapat menguji produk tersebut untuk melihat apakah produknya memenuhi persyaratan kinerja. Jika ya, maka produknya akan dijual pada daerah yang terbatas. Karena

kampanye promosi dan saluran distribusi harus ditetapkan untuk uji pasar, tahap ini menjadi cukup mahal.

g. Komersialisasi

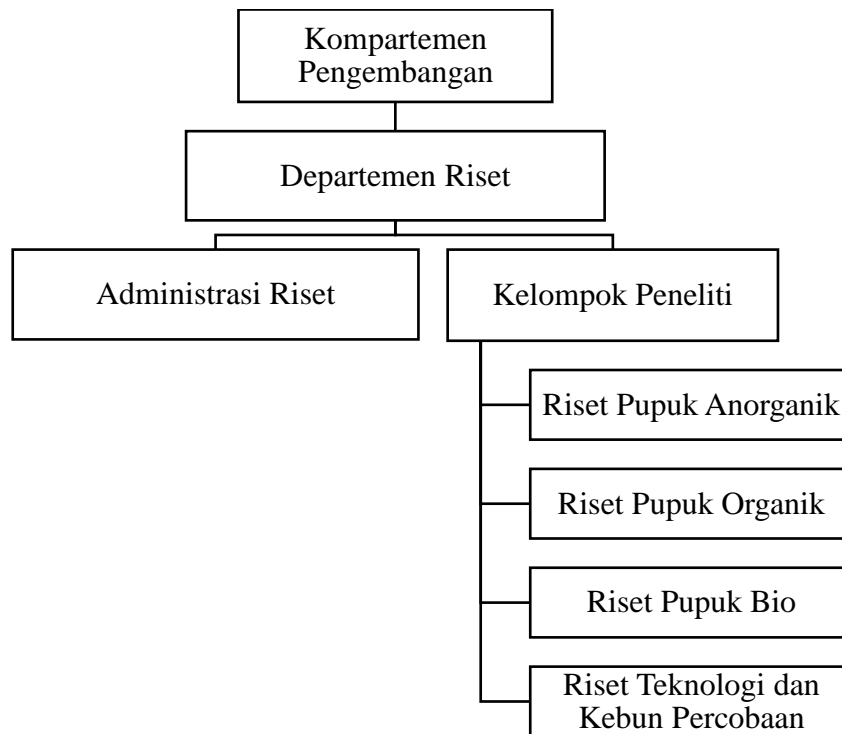
Jika hasil uji pemasaran positif, perusahaan akan memulai produksi dan pemasaran berskala penuh. Komersialisasi yang bertahap, yang bertujuan menyebarkan produk tersebut ke daerah yang semakin luas, mencegah ketegangan yang semestinya tidak perlu terjadi pada kemampuan produksi awal. Sebaiknya, keterlambatan dalam komersialisasi dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan lain untuk mengeluarkan produk saingan.



## BAB IV PEMBAHASAN

### 4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

Adapun struktur organisasi Departemen Riset PT Petrokimia Gresik, sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Departemen Riset PT Petrokimia Gresik

(Sumber: Diolah Peneliti)

### 4.2 Tugas Unit Kerja

Adapun tugas dari Departemen Riset PT Petrokimia Gresik yakni melakukan berbagai riset meliputi riset pupuk dan produk hayati untuk menciptakan produk inovatif.

### 4.3 Penjelasan Singkat Tentang Unit Kerja

Departemen Riset PT Petrokimia Gresik merupakan salah satu departemen di PT Petrokimia yang bekerja mengelola bidang riset seperti riset pupuk dan produk hayati dalam rangka menciptakan produk inovatif yang di kembangkan secara komersil. Peran Departemen Riset untuk perusahaan yakni meningkatkan daya saing perusahaan melalui peningkatan kualitas produk , brand, pelayanan, dan konsultasi produk , serta secara umum memperkuat struktur bisnis perusahaan.

#### 4.4 Tugas Khusus

##### 4.4.1 Tujuan Tugas Khusus

Adapun tujuan dari tugas khusus yang dilakukan yakni mendapatkan hasil dari penelitian pasar tentang bagaimana implementasi proses kerja *new product development* di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik. Selain itu, tugas ini juga memiliki tujuan lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemicu pengembangan produk baru
2. Untuk mengetahui cara perusahaan dalam menemukan dan mengembangkan ide produk baru
3. Untuk mengetahui tahapan Pengembangan Produk Baru
4. Untuk mengetahui bagaimana mempertahankan hasil pengembangan produk baru

##### 4.4.2 Analisis Tugas dan Pembahasan

###### 4.4.2.1 Pemicu Pengembangan Produk Baru

Perkembangan produk baru akan menjadi sebuah terobosan strategis untuk memecahkan situasi persaingan antar kompetitor bisnis. Dalam pengembangan produk baru tentunya terdapat pemicu sebagai pendukung adanya pengembangan produk baru. Berikut beberapa hal yang menjadi spesifikasi dalam perencanaan pengembangan produk baru di PT Petrokimia Gresik, antara lain:

a. Tren pasar

Dalam merencanakan pengembangan produk baru, penting sekali melihat tren pasar. Produk apa yang sedang diinginkan oleh pasar, atau jika telah memiliki opsi sebuah produk kita harus melihat Kembali apakah produk ini benar-benar dibutuhkan di pasar.

b. Peluang pasar yang belum ditangkap

Setiap perusahaan perlu selalu memantau peluang pasar yang ada. Dengan selalu memantau, perusahaan tidak akan tertinggal jauh dari kompetitor. Setelah memantau peluang dan didapatkan ide produk baru, perusahaan harus meninjau juga berapa banyak pesaing yang memiliki produk serupa.

c. Revitalisasi Produk

Pengembangan produk dapat dikembangkan melalui berbagai cara salahsatunya melalui revitalisasi. Revitalisasi produk sendiri merupakan upaya menghidupkan kembali produk yang dulunya sempat usang atau hilang dipasaran. Dengan melakukan revitalisasi produk dapat membuat produk tersebut lebih baik kualitasnya, serta menutup kemungkinan untuk menghilangkan produk tersebut dari pasaran.

#### **4.4.2.2 Cara Perusahaan Menemukan dan Mengembangkan Ide Produk Baru**

Perkembangan pasar yang begitu pesar membuat perusahaan dituntut untuk selalu melakukan penelitian untuk menemukan produk baru yang dibutuhkan oleh konsumen. Seiring dengan berkembangnya kompetisi bisnis, perusahaan juga harus menemukan cara mengembangkan produk baru yang berpotensi diserap oleh pasar (Zia, 2021). Pada pengembangan ide produk baru di PT Petrokimia Gresik terdapat dua sumber sebagai penyumbang ide penemuan maupun pengembangan produk baru, antara lain sebagai berikut:

a. Inisiasi dari PT Petrokimia Gresik

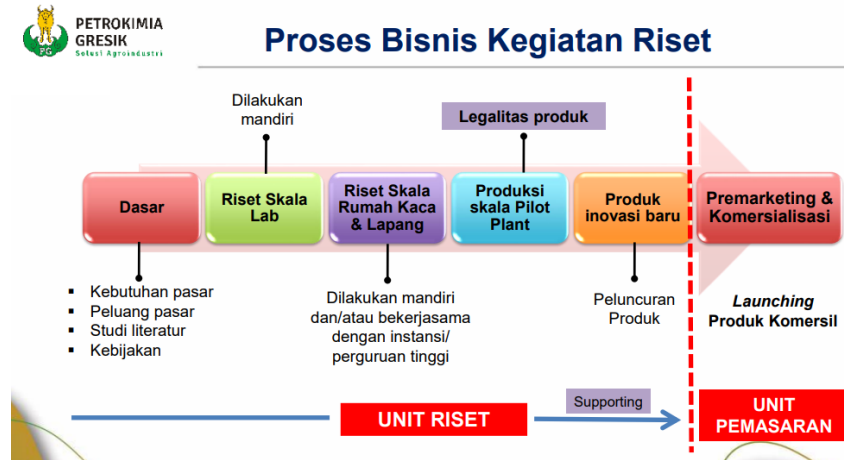
Di PT Petrokimia Gresik terdapat departemen yang difokuskan untuk melakukan research mengenai ide produk baru, yakni Departemen Riset. Pada Departemen Riset sendiri memiliki fokus di beberapa bidang seperti Riset Teknologi, Riset Pupuk Organik, Riset Pupuk Anorganik, dan Riset Pupuk Bio. Namun, ide pengembangan produk baru tidak hanya diinisiasi oleh Departemen Riset saja. Pengembangan produk baru dapat dilaksanakan juga jika mendapat arahan dari Direksi PT Petrokimia Gresik serta masukan-masukan dari unit kerja terkait di PT Petrokimia Gresik.

b. Topdown dari PT Pupuk Indonesia

Dalam pengembangan produk di PT Petrokimia Gresik juga melaksanakan inisiasi dari PT Pupuk Indonesia. Dimana PT Pupuk Indonesia menyusun program dan kemudian dilaksanakan di PT Petrokimia Gresik. Hal tersebut diterapkan apabila di PT Pupuk Indonesia tidak memiliki fasilitas selengkap yang ada di PT Petrokimia Gresik.

#### **4.4.2.3 Tahapan Pengembangan Produk Baru**

Untuk meminimalisir resiko kegagalan pengembangan produk baru, perusahaan tidak hanya memikirkan strategi pengembangan produk baru, tetapi harus juga memahami dan menjalankan setiap tahapan dalam proses pengembangan produk baru tersebut (Pratama, 2020). Di PT Petrokimia Gresik utamanya pada Departemen Riset memberlakukan beberapa hal yang harus dilakukan sebelum melakukan pengembangan pada produk baru, antara lain:



Gambar 4. 2 Proses Bisnis Kegiatan Riset

(Sumber: Data Internal Departemen)

#### 4.4.2.4 Mempertahankan Hasil Pengembangan Produk Baru Quality plan

Setelah melakukan banyak tahap dalam pengembangan produk baru, langkah terakhir yakni mempertahankan hasil pengembangan tersebut. Dalam mempertahankan hasil pengembangan produk baru di PT Petrokimia Gresik, terdapat suatu proses yang disebut Quality Plan. Quality Plan sendiri merupakan proses untuk menjamin agar hasil dari suatu produk tetap konsisten dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tujuannya sendiri yakni agar tidak terjadi barang yang tidak sesuai standar mutu yang diinginkan, serta mempertahankan konsistensi mutu yang telah diteliti sebelumnya.

#### 4.5 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan kerja praktik yang dilakukan oleh penulis selama di PT Petrokimia Gresik, antara lain:

##### 1. Pengenalan lingkup PT Petrokimia Gresik

Pada awal dimulainya kerja praktik, penulis mengikuti kegiatan pengenalan lingkup perusahaan yakni PT Petrokimia Gresik. Kegiatan yang dinamai sebagai Internalisasi Bisnis ini dilakukan selama lima hari diawal periode kerja praktik. Dalam kegiatan ini penulis dikenalkan mulai dari struktur organisasi perusahaan, kegiatan perusahaan, hingga pengenalan budaya perusahaan yakni AKHLAK.

##### 2. Pengenalan departemen Riset PT Petrokimia Gresik

Setelah penulis mengikuti kegiatan pengenalan lingkup perusahaan, penulis melanjutkan kegiatan berupa pengenalan departemen yakni Departemen Riset PT

Petrokimia Gresik. Pada kegiatan ini penulis dikenalkan mulai dari struktur organisasi di Departemen Riset, pengenalan proses bisnis yang diterapkan, *tour* departemen mulai dari laboratorium dan ke Kebun Percobaan yang terdapat di Departemen Riset PT Petrokimia Gresik. Kegiatan dilanjutkan dengan arahan untuk masuk ke kelompok riset yang ada di departemen tersebut, penulis terpilih untuk masuk di kelompok Riset Teknologi dan Kebun Percobaan.

3. Observasi lingkungan dan penentuan judul laporan

Saat pelaksanaan kerja praktik dimulai, penulis mengawali dengan melihat dan mengamati proses bisnis yang ada di Departemen Riset. Dari melihat dan mengamati akhirnya penulis dapat menentukan judul yang akan dituliskan pada laporan kerja praktik.

4. Pelaksanaan tugas dari unit kerja bagian riset

Pada saat pelaksanaan kerja praktik, penulis mengikuti kegiatan yang diarahkan oleh dosen pembimbing lapangan. Mulai dari menganalisis pasar untuk beberapa pupuk, dan melakukan branding pada produk dari kebun percobaan. Tidak hanya bekerja didalam ruangan, penulis juga melakukan kegiatan di luar lapangan yakni di lahan Kebun Percobaan. Penulis diarahkan untuk melakukan pengamatan di beberapa tanaman yang tersedia di Kebun Percobaan.

5. Penulisan laporan kerja praktik

Dipenghujung kegiatan kerja praktik, penulis menuliskan hasil kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik dalam bentuk laporan sebagai syarat memperoleh nilai kerja praktik.

#### 4.6 Jadwal Kerja Praktik

Pelaksanaan kerja praktik ini dilaksanakan selama satu bulan tepatnya dibagian riset PT Petrokimia Gresik. Adapun jadwal kerja praktik, sebagai berikut:

No.	Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
1.	Senin - Kamis	07:00	16:00
2.	Jumat	06:00	16:00
3.	Sabtu-Minggu	Libur	

Tabel 4.1 Jadwal kerja praktik

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Selama melaksanakan kerja praktik ini penulis mendapatkan banyak sekali pengetahuan mengenai dunia kerja dan pengalaman baru bagaimana menggunakan ilmu yang diajarkan saat perkuliahan khususnya ilmu pemasaran. Selain itu, penulis dapat mengenal bagaimana kondisi lapangan sebagai bekal terjun ke dunia pasca lulus. Dalam dunia kerja tidak hanya mengandalkan hard skill namun juga soft skill sebagai pendukung.

Berdasarkan uraian dalam laporan kerja praktik, maka penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa:

1. Terdapat beberapa hal yang menjadi spesifikasi dalam perencanaan pengembangan produk baru di PT Petrokimia Gresik, yakni tren pasar, kebutuhan kebijakan pengembangan produk, peluang pasar yang belum ditangkap, serta revitalisasi produk.
2. Pada pengembangan ide produk baru di PT Petrokimia Gresik terdapat dua sumber sebagai penyumbang ide penemuan maupun pengembangan produk baru, yakni dari inisiasi PT Petrokimia Gresik, dan juga topdown dari PT Pupuk Indonesia.
3. Di PT Petrokimia Gresik utamanya pada Departemen Riset memberlakukan beberapa hal yang harus dilakukan sebelum melakukan pengembangan pada produk baru, mulai dari ideasi, evaluasi, hingga melakukan pre-marketing.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan selama penulis melakukan kerja praktik, penulis memiliki saran yang mungkin dapat bermanfaat di kemudian hari agar pelaksanaan kerja praktik dapat berjalan lebih baik di di kemudian hari. Adapun saran yang dapat penulis berikan yakni sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang akan melakukan kerja praktik diharapkan mempersiapkan hal-hal yang bersangkutan atau yang dibutuhkan saat kerja praktik dengan sebaik-baiknya agar kerja praktik dapat berjalan dengan lancar dan bermanfaat.
2. Untuk PT Petrokimia Gresik utamanya Departemen Riset sebaiknya banyak melakukan koordinasi bersama Departemen Pemasaran secara rutin guna menyinkronisasikan rencana pengembangan produk baru.
3. Lebih banyak melakukan riset disudut pandang baru, guna memperbanyak hasil analisis serta lebih peka terhadap adanya peluang ide produk baru.

Beberapa saran di atas diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan dan meningkatkan kemajuan perusahaan di masa mendatang. Selain itu, penulis berharap dengan saran tersebut PT Petrokimia Gresik Departemen Riset dapat memaksimalkan kinerja perusahaan dalam mengembangkan produk baru.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip & Lane, Kevin Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Produk PT Petrokimia Gresik. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, dari <https://petrokimia-gresik.com/product-category/pupuk>
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Sejarah Perusahaan PT Petrokimia Gresik. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, dari <https://petrokimia-gresik.com/page/sejarah-perusahaan>
- Struktur Organisasi PT Petrokimia Gresik. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, dari <https://petrokimia-gresik.com/page/stuktur-organisasi>
- Sunyoto, Danang. (2013). Teori, Kuesioner & Analisis Data : Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Visi, Misi, dan Tata Nilai Perusahaan PT Petrokimia Gresik. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2021, dari <https://petrokimia-gresik.com/page/visi-misi-dan-budaya-perusahaan>

## LAMPIRAN



PETROKIMIA  
GRESIK



Gresik, 01 September 2021

Nomor : 4862/B/NK.03.01/03/DR/2021  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : Pemberitahuan Penerimaan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021

Kepada Yth.  
Wakil Kepala Akademik dan Kemahasiswaan  
Perguruan Tinggi Peserta Program Magang "Merdeka Belajar Kampus Merdeka"  
di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan telah selesainya seleksi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021 di Petrokimia Gresik, bersama ini kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Peserta Program Perguruan Tinggi sebagaimana terlampir dinyatakan lulus seleksi
2. Pelaksanaan Program Magang akan dilaksanakan mulai tanggal 23 Agustus s.d. 23 Januari 2022 dengan skema Hybrid Learning menyesuaikan jadwal di masing-masing unit kerja penempatan.
3. Selama pelaksanaan program magang, peserta akan kami berikan akses login ke platform digital pembelajaran antara lain :
  - a. Akses OJT Apps untuk peserta dan mentor kampus masing-masing. Adapun user manual registrasi sebagaimana terlampir.
  - b. User login kepada platform Digital Learning Pembelajaran yang meliputi Enterprise University, Virtual Learning, Augmented Reality, 360 Plant Facility Learning. Setiap peserta diwajibkan minimal 4 course yang harus diselesaikan diluar penugasan dari mentor unit kerja.
4. Proses administrasi terkait uang saku akan diproses oleh Tim MSIB Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Demikian atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih

Hormat kami,  
PT Petrokimia Gresik



**Nuril Huda**  
SVP Sumber Daya Manusia

Tembusan :  
1. Arsip.

Sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, surat ini telah ditandatangani secara elektronik oleh Perum Peruri yang tersertifikasi sebagai Penyelenggara Sertifikasi Elektronik (PSrE) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.

PT Petrokimia Gresik  
Petrokimia Gresik Building  
Jln. Jenderal A. Yani - Gresik 61119 - Indonesia  
P. +62 31 3982100, 3982200  
F. +62 31 3981722, 3982272  
E. pkg@petrokimia-gresik.com  
www.petrokimia-gresik.com



## LAMPIRAN

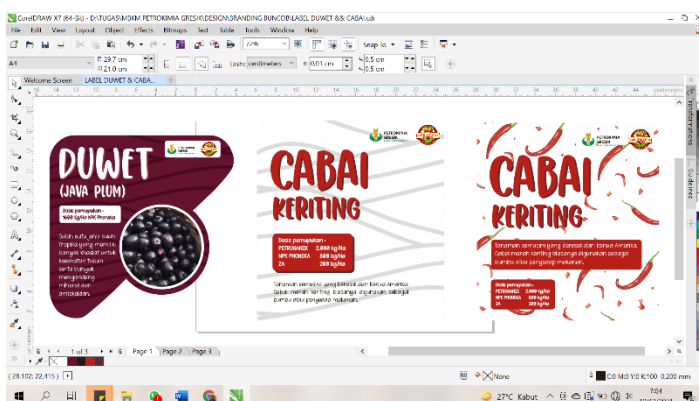
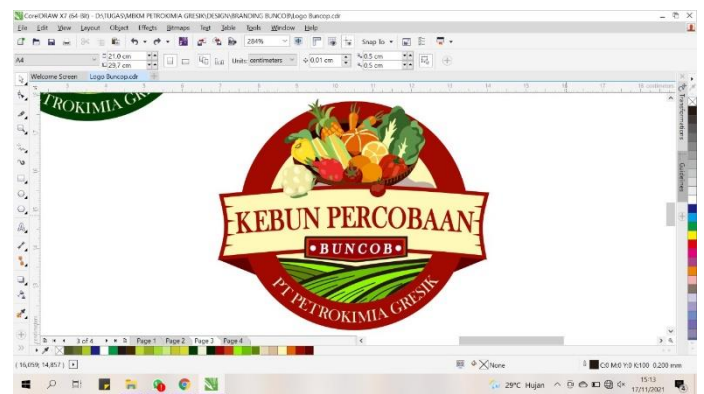
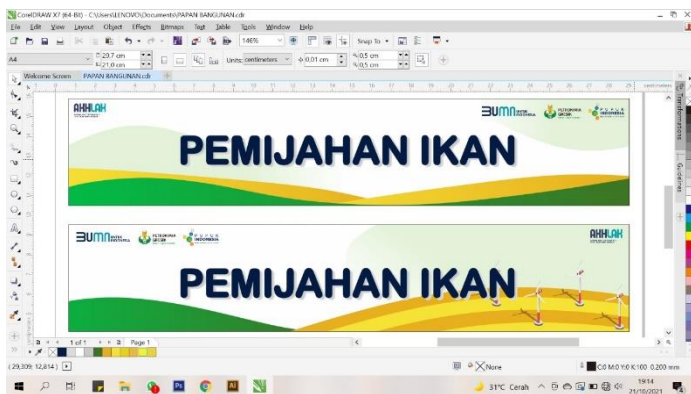
Daftar Unit Kerja Penempatan  
Program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka

No	Unit Kerja	Jurusan	No	Nama	Kampus	Jurusan
34	Produksi 3A	Teknik Industri	75	ACHMAD ABI ROCHIDIN	Universitas Trunojoyo	Teknik Industri
			76	ZULFANI AFLAH AFDAL	Universitas Ahmad Dahlan	Teknik Industri
	Produksi 3A	Teknik Kimia	77	TIMOTIUS LEON SATYA PRIHANDOKO	Universitas Gadjah Mada	Teknik Kimia
			78	FEBRIANI NOVITA DEWI	Universitas Riau	Teknik Kimia
35	Produksi 3B	Teknik Kimia	79	Suci Aindriyani Nuroniah	Universitas Ahmad Dahlan	Teknik Kimia
			80	FARROS' AINULHAQ IBRAHIM	Universitas Gadjah Mada	Teknik Kimia
36	Project Agrosolution	Manajemen	81	Ifa Taqia	Universitas Brawijaya	Manajemen
		Teknik Industri	82	DIMAS MACHFUD DWIYANTO	Universitas Trunojoyo	Teknik Industri
37	Remunerasi & H1	Manajemen	83	Yvita Bosiana	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur	Manajemen
		Manajemen	84	SHELVIA FEBRIANTI	Universitas Internasional Semen Indonesia	Manajemen
38	Riset	Manajemen	85	Yvita Bosiana	Universitas Trunojoyo	Manajemen
		Teknik Informatika	86	RUFINA RAHMA AJENG SETYANINGSIH	Universitas Kristen Satya Wacana	Teknik Informatika
39	Teknik & Bisnis	Akuntansi	87	REZA MUHAMAD ARI PRATAMA	Universitas Brawijaya	Akuntansi
			88	AMIROH NUR AMALIYAH	Universitas Brawijaya	Akuntansi
	Teknik & Bisnis	Manajemen	89	LUTHFIYAH AFANIN	Universitas Airlangga	Manajemen
			90	Siti Naisyah	Universitas Muhammadiyah Jember	Manajemen
40	Corporate Social Responsibility	Manajemen	91	KIKI RIZKIA FITRIANI	Universitas Airlangga	Manajemen
41	TKP & Manajemen Risiko	Manajemen	92	VINTA OKTAMIRA HAPSARI	Universitas Jember	Manajemen
42	Bagian Diklat	Manajemen	93	BALQISH SETYAWIJAYA	Universitas Airlangga	Manajemen
		Teknik Industri	94	ALYSSA JAYNE MILLA NOVITA	Universitas Muhammadiyah Gresik	Teknik Industri
43	Bag Org Jabatan	Teknik Industri	95	MUHAMMAD ADITYA NANDIPINTA	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	Teknik Industri
			Sistem informasi	96	AQILA INTAN PAKERTI	Institut Teknologi Sepuluh Nopember
44	Bag Org Jabatan	Teknik Industri	97	YOGI PURNOMO	Universitas Jenderal Soedirman	Teknik Industri
45	Bagian Can Bang Personil	Teknik Informatika	98	DOHAN PRANATA WIKANDA	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	Teknik Informatika
46	Bagian Manajemen Karir	Teknik Informatika	99	RUAL RUBI OKTAFIANTO	Universitas Brawijaya	Teknik Informatika

LAMPIRAN



LAMPIRAN



LAMPIRAN

