

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Pertamina (Persero)**

##### **1. Sejarah PT. Pertamina (Persero)**

###### **a. Sebelum Kemerdekaan Republik Indonesia**

Pencarian dan penemuan minyak bumi di Indonesia dimulai dipenghujung abad XIX pada tahun 1871. Seseorang yang berkebangsaan Belanda yaitu Jans Reering yang melakukan pemboran minyak bumi di lereng Gunung Cermai Jawa Barat selama tiga tahun. Sampai dengan tahun 1874 Reering tidak membuahkan hasil memuaskan. Tetapi, hal tersebut dianggap sebagai eksplorasi pertama minyak bumi di nusantara.

Sebelas tahun kemudian setelah kegagalan Reering, seorang Belanda yang bernama Aelko Jans Zijlker menemukan ladang minyak pertama di Indonesia yaitu di sumur Telaga Said, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara. Pemboran yang dilakukan Zijlker pada tanggal 15 Juni 1885 itu menjadi sejarah awal produksi minyak bumi di Indonesia. Setelah kesuksesan Zijlker, ladang-ladang minyak bumi lain ditemukan di beberapa tempat di Indonesia. Antara lain, di Wonokromo Jawa Timur, Cepu Jawa Tengah, Muara Enim, Talang Akar, dan Plaju di Sumatera Selatan, Sanga-sanga di Kalimantan Timur, Bunyu dan Jambi, serta Lapangan Teluk Aru di Sumatera Selatan. Dalam kurun waktu selama 60 tahun yaitu dari tahun 1885 sampai dengan 1945, tidak kurang dari 18 perusahaan minyak asing milik bangsa Belanda,

Inggris, dan Amerika Serikat serta balatentara Jepang berebut untuk menguasai dan menguras minyak bumi Indonesia.

#### **b. Setelah Kemerdekaan Republik Indonesia**

Walaupun Indonesia telah merdeka pada tahun 1945, tetapi perjuangan bangsa Indonesia untuk menguasai ladang-ladang minyak terus berjalan. Bangsa asing kini bukan lagi sebagai penjajah tetapi telah berganti peran menjadi mitra kerja.

Pada bulan Januari tahun 1951 Perusahaan Tambang Minyak Republik Indonesia (PTMRI) berdiri dengan meliputi daerah kerja Jawa Tengah dan Sumatera Utara. Tetapi, pada tahun-tahun berikutnya terjadi pertentangan pendapat antara kalangan pemerintah dan golongan politisi mengenai nasib tambang minyak Sumatera Utara. Akhirnya Teuku Mohammad Hassan sebagai Ketua Komisi Perdagangan dan Industri Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) mulai mempelajari masalah perminyakan di Indonesia dan pada bulan Agustus di tahun yang sama mengeluarkan mosi DPR yang isinya :

- a Mengusulkan kepada pemerintah agar dalam jangka waktu satu bulan membentuk komisi negara urusan pertambangan.
- b Menyarankan kepada pemerintah supaya menunda pemberian izin konsensi dan eksploitasi menunggu hasil kerja komisi negara urusan pertambangan.

Pada bulan April tahun 1954, pemerintah menunjuk koordinator dan memutuskan untuk memberikan subsidi guna merehabilitasi lapangan minyak Sumatera Utara dalam rangka mencapai target produksi satu ton per

tahun. Pada tahun itu juga lapangan minyak Sumatera Utara, Langkat dan Langsa (Aceh) digabungkan di bawah satu perusahaan yang diberi nama Tambang Minyak Sumatera Utara (TMSU). Pada tanggal 22 Juli 1957 pemerintah memutuskan untuk menyerahkan lapangan minyak Sumatera Utara kepada Kepala Staf Angkatan Darat (KASAD). Seluruh saham TMSU berdasarkan keputusan pemerintah, pengusahaannya diserahkan kepada KASAD yang kemudian diubah menjadi PT Eksploitasi Tambang Minyak Sumatera Utara (PT ETMSU).

## **2. Kronologis Terbentuknya PT Pertamina (Persero)**

### **a. PN Permigan**

Dengan Peraturan Pemerintah Nomor 199 Tahun 1961 (Tanggal 5 Juni 1961) Pemerintah Republik Indonesia membentuk Perusahaan Negara Pertambangan Minyak dan Gas Nasional (PN Permigan).

Peraturan pemerintah tersebut juga menetapkan PTMRI dilebur ke dalam PN Permigan termasuk hak dan kewajiban, perlengkapan serta kekayaan dan usaha PTMRI ditetapkan beralih kepada PN Permigan.

### **b. PN Permina**

Untuk menegaskan bahwa minyak bumi adalah milik nasional dan bahwa perusahaan yang baru dibentuk itu bukan perusahaan daerah dan tidak bersifat kedaerahan, maka diadakan pergantian nama. Sebuah nama baru diusulkan dan sejak tanggal 10 Desember 1957 PT ETMSU diubah menjadi PT Perusahaan Minyak Nasional (PT Permina). Tanggal ini

kemudian ditetapkan sebagai hari lahir perusahaan minyak nasional yang setiap tahun diperingati oleh Pertamina.

Kemudian pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 19 Tahun 1960 dan mencabut keputusan Nomor 17/1975, terhitung sejak tanggal 1 Juli 1961 berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 198 Tahun 1961 agar PT Permina dilebur menjadi Perusahaan Negara Minyak Nasional (PN Permina).

Pada tahun 1962 PN Permina membeli aset PT Shell Indonesia, sejak itu bangsa Indonesia memiliki kilang di Plaju dan Balikpapan.

Pada bulan Maret tahun 1966 Menteri Minyak Bumi dan Gas telah menetapkan lima daerah eksplorasi dan produksi PN Permina, yaitu:

1. Unit I meliputi daerah Sumatera Utara dan Aceh dengan kantor pusat di Pangkalan Brandan.
2. Unit II meliputi daerah Lampung, Bengkulu, Sumatera Selatan dan Jambi dengan kantor pusat di Plaju.
3. Unit III meliputi daerah Jawa dan Madura dengan kantor pusat di Jakarta.
4. Unit IV meliputi daerah Kalimantan termasuk Tarakan dan Bunyu dengan kantor pusat Balikpapan.
5. Unit V meliputi daerah Irian Jaya, Sulawesi, Maluku, dan Nusa Tenggara dengan kantor pusat di Sorong.

**c. PN Pertamina**

Perusahaan minyak Pertamina bermula dari perusahaan campuran Nederlandsche Indische Aardolie Maatschappij (NIAM) yang didirikan pada tahun 1921, yang sahamnya dipegang pemerintah Hindia Belanda dan BPM.

Pada tanggal 1 Januari 1959 NIAM diubah namanya menjadi PT Pertambangan Minyak Indonesia (Permindo). Pemerintah Indonesia tidak bersedia melanjutkan usaha bersama ini ketika kegiatan Permindo berakhir. Maka, perusahaan tersebut dilikuidasi dan kekayaan yang menjadi hak pemerintah Indonesia dijadikan sebagai bagian modal perusahaan minyak baru yaitu Perusahaan Negara Pertambangan Minyak Indonesia (PN Pertamina).

PN Pertamina ini dibentuk dengan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1961 sebagai landasan usaha pertambangan usaha PN Pertamina meliputi eksplorasi pemurnian, pengolahan, pengangkutan dan penjualan.

**d. PN Pertamina**

Pada tanggal 20 Agustus 1968 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 1968 telah dibentuk “Perusahaan Negara Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Nasional (PN Pertamina)” yang menampung segala kegiatan pengurusan dan perusahaan minyak dan gas bumi dari PN Permina dan PN Pertamina. Pada tahun 1969 PN Pertamina berhasil memiliki kilang sungai Gerong.

Maksud dan tujuan penyatuan ini adalah agar benar-benar dapat ditingkatkan baik produktivitas maupun efektivitas serta efisiensi dibidang perminyakan nasional dalam wadah suatu *integrated oil company* dengan suatu manajemen yang sempurna.

**e. Pertamina**

Perkembangan dan kemajuan pesat yang dicapai PN Pertamina mendorong diperlukannya dengan segera landasan kerja baru guna meningkatkan kemampuan dan menjamin usaha.

Pada tanggal 15 September 1971 telah diundangkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1971 mengenai Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi (Undang-undang Pertamina). Sejak itu PN Pertamina berubah menjadi Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina). Modal Pertamina adalah kekayaan negara yang dipisahkan dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebesar yang ditanam dalam PN Pertamina sampai saat diundangkannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1971.

Perjalanan rekonstruksi Pertamina sejak tahun 1994 telah menghasilkan *milestone* dan yang terakhir adalah tumbuh dan berkembang menuju Pertamina baru di tahun 2010. Untuk itu setiap langkah, daya, dan upaya rekonstruksi yang dilakukan harus membantu mewujudkan visi, misi, dan tata nilai Pertamina yang dicita-citakan dan telah disahkan oleh Direksi Pertamina melalui surat keputusan Direksi Nomor 120/C0000/2000-SO pada tanggal 8 Desember 2000.

#### **f. PT Pertamina (Persero)**

Terbitnya Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 adalah yang mengubah status Badan Hukum Pertamina menjadi Persero dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2003 yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 18 Juni 2003.

Tujuan dari Perusahaan Perseroan adalah untuk mengusahakan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan secara efektif dan efisien serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Konsekuensi lain dari Undang-undang ini adalah bidang hilir penjualan bahan bakar minyak (BBM) akan mengalami era liberalisasi mulai November 2005, karena Undang-undang baru ini mengubah posisi Pertamina yang monopolistik ke posisi persaingan bebas.

Organisasi perusahaan akan berubah sesuai dengan karakteristik sebuah *holding company*. Visi dan misi perusahaan semakin global, paradigma bisnis lebih mengedepan.

### **3. Visi, Misi, dan Tata Nilai PT. Pertamina (Persero)**

#### **1. Visi**

Menjadi perusahaan yang unggul, maju, dan terpandang.

#### **2. Misi**

a. Melakukan usaha dalam bidang energi dan petrokimia.

- b. Merupakan entitas bisnis yang dikelola secara professional, kompetitif, dan berdasarkan tata nilai unggulan.
- c. Memberikan nilai tambah lebih bagi pemegang saham, pelanggan, pekerja, dan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

### 3. Tata Nilai Unggulan : FIVEM

- Fokus  
Menggunakan secara optimum berbagai kompetensi perusahaan dan meningkatkan nilai tambah perusahaan.
- Integritas  
Mampu mewujudkan komitmen ke dalam tindakan nyata.
- *Visionary* – Berwawasan jauh ke depan  
Mengantisipasi lingkungan usaha yang berkembang saat ini maupun yang akan datang untuk dapat tumbuh dan berkembang.
- *Excellence* – Unggul  
Menampilkan yang terbaik dalam semua aspek pengelolaan usaha.
- *Mutual respect* – Kesetaraan dan kesederajatan  
Menempatkan seluruh pihak yang terkait setara dan sederajat dalam kegiatan usaha.

### 4. Tujuan PT. Pertamina (Persero)

Tujuan PT. Pertamina (Persero) adalah sebagai berikut :

- a. Kuat dan Sehat

- b. Memenuhi kepentingan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan
- c. Beroperasi setara dengan perusahaan terbaik bidang minyak dan gas bumi
- d. Dalam melaksanakan usaha selalu berdasarkan pada tata nilai unggulan yang berdasarkan standar internasional
- e. Mendukung program pemerintah

#### **5. Tugas Pokok PT. Pertamina (Persero)**

Tugas pokok PT. Pertamina (Persero) adalah sebagai berikut :

- a. Melaksanakan pengusahaan pertambangan minyak dan gas bumi serta menghasilkan produk-produk lanjutannya untuk memperoleh hasil yang sebesar-besarnya
- b. Menyediakan dan melayani bahan bakar minyak dan gas bumi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri baik energi maupun sebagai bahan baku industri
- c. Melaksanakan eksplorasi sumber daya panas bumi untuk pembangkit energi atau listrik

#### **6. Logo PT. Pertamina (Persero)**

- a. Logo Lama

Logo Pertamina (yang lama) adalah simbol dari Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara, ditetapkan dengan surat keputusan Direksi Nomor 914/KPTS/DR/1972 yang mulai berlaku sejak tanggal 23 Juni 1972. Logo diciptakan berwarna dan telah menjadi hak paten

perusahaan yang dicantumkan dalam lembaran negara. Desain dan ketentuan mengenai perusahaan logo menjadi tanggung jawab fungsi organisasi, sistem dan manajemen mutu (OSM) serta Hupmas Korporat.



Arti dan makna yang terkandung dalam tiap unsur logo (lama) PT Pertamina (Persero) :

1. Bintang bersudut lima berwarna kuning emas

Tenaga atau kekuatan pendorong dalam melaksanakan tugas untuk mencapai cita-cita nasional.

2. Kuda laut

Fosil-fosil yang mengandung minyak dan mempunyai daya hidup yang besar.

3. Pita

Ikatan penggalang.

#### 4. Warna merah

Keagungan cita-cita yang hendak dicapai dengan ketentuan dan keyakinan.

#### 5. Warna biru sebagai dasar logo

Kesetiaan kepada tanah air, yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

#### b. Logo Baru

Pada awal masa kepemimpinannya, Direktur Utama Pertamina Widya Purnama pernah melontarkan sebuah gagasan yang merupakan tonggak awal prosesi Pertamina menuju suatu perubahan. Gagasan tersebut adalah pergantian logo perusahaan. Menurutnya logo Pertamina yang lama sudah tercemar dengan segala citra buruk, baik di kalangan publik eksternal maupun di kalangan publik internal perusahaan.

Logo baru diharapkan mampu membawa semangat baru untuk berbenah diri menjadi lebih baik dan mampu mencapai target-target yang telah ditetapkan Pertamina. Sebagai realisasi dari gagasan tersebut, pada tanggal 10 Desember 2005 tepat pada Dirgahayu ke-48 PT. Pertamina (Persero) resmi menggunakan logo baru.



Arti Logo (baru) PT. Pertamina (Persero) :

- a. Elemen logo membentuk huruf P yang secara keseluruhan merupakan representasi bentuk panah, dimaksudkan sebagai PERTAMINA yang bergerak maju dan progresif.
- b. Warna-warna yang barani menunjukkan langkah besar yang diambil PERTAMINA dan aspirasi perusahaan akan masa depan yang lebih positif dan dinamis. Warna-warna tersebut memiliki arti :
  1. **Biru** mencerminkan Andal, dapat dipercaya dan bertanggung jawab
  2. **Hijau** mencerminkan Sumber Daya Energi yang berwawasan lingkungan
  3. **Merah** mencerminkan Keuletan dan ketegasan, serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan.

## 7. Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero)

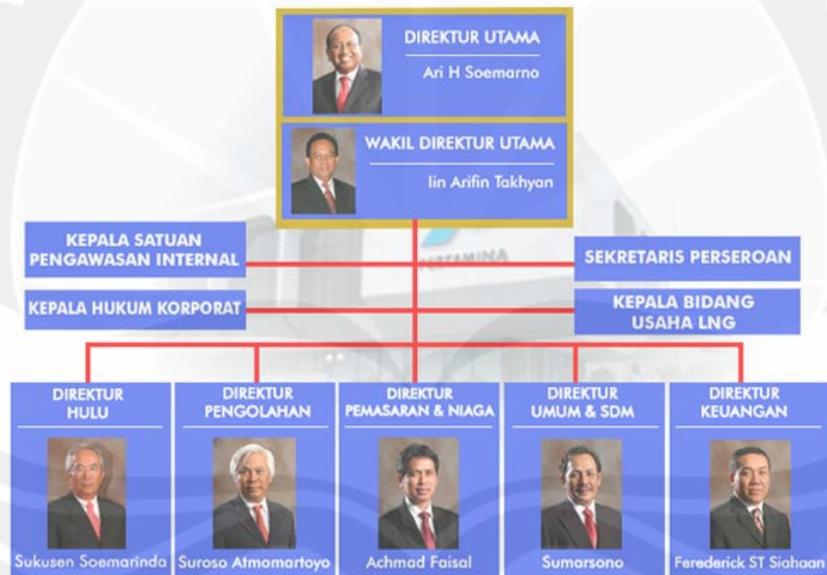
- a. Susunan Dewan Komisaris
  - Komisaris Utama : Martiono Hadianto
  - Komisaris : Umar Said
  - M. Abduh
  - J. Purwono
- b. Susunan Dewan Direksi
  - Direktur Utama : Ari H. Soemarno
  - Wakil Direktur Utama : Iin Arifin Takhyan
  - Direktur Hulu : Sukusen Soemarinda
  - Direktur Pemasaran & Niaga : Achmad Faisal

- Direktur Umum & SDM : Sumarsono
- Direktur Pengolahan : Suroso Atmomartoyo
- Direktur Keuangan : Ferederick S. T. Siahaan

Bagan di bawah ini menggambarkan Susunan Dewan Direksi PT. Pertamina (Persero).

### Bagan 1

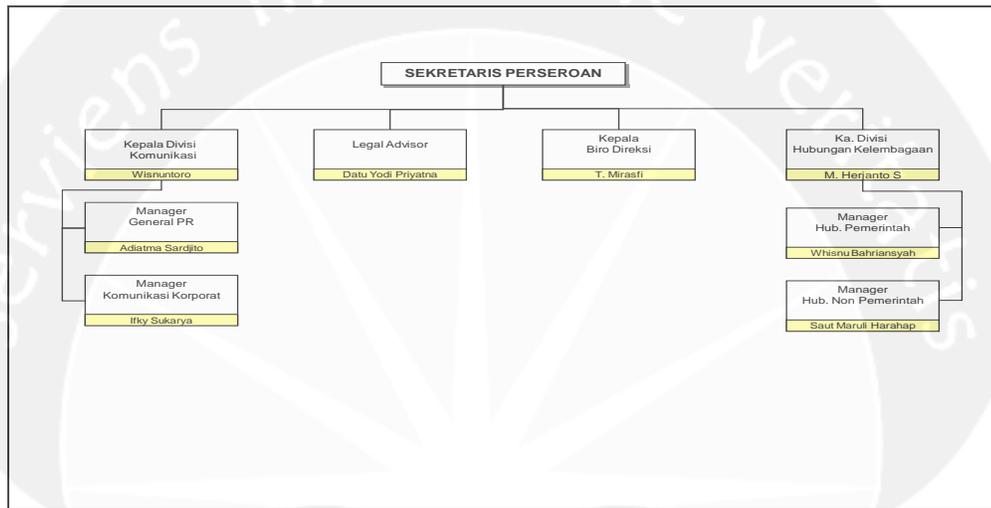
#### Susunan Dewan Direksi PT. Pertamina (Persero)



c. Struktur Organisasi Sekretaris Perseroan

Bagan di bawah ini menggambarkan Struktur Organisasi Sekretaris Perseroan.

**Bagan 2**  
**Struktur Organisasi Sekretaris Perseroan**



Sekretaris Perseroan berada tepat di bawah Direktur Utama dan membawahi empat divisi, yaitu :

- Kepala Divisi Komunikasi : Wisnuntoro
- Legal Advisor : Datu Yodi Priyatna
- Kepala Biro Direksi : T. Mirasfi
- Kepala Div. Hub. Kelembagaan : M. Herjanto S

## **8. Bisnis dan Produk PT. Pertamina (Persero)**

Kegiatan PT. Pertamina (Persero) dalam menyelenggarakan usaha di bidang energi dan petrokimia terbagi ke dalam dua sektor yaitu Sektor Hulu dan Hilir serta ditunjang oleh kegiatan Anak-anak Perusahaan dan Perusahaan Patungan.

### **a. Kegiatan Sektor Hulu**

Kegiatan Hulu PT. Pertamina (Persero) meliputi eksplorasi dan produksi minyak, gas, dan panas bumi. Kegiatan eksplorasi dan produksi minyak dan gas dilakukan di beberapa wilayah Indonesia maupun di luar negeri. Pengusahaan di dalam negeri dikerjakan melalui operasi sendiri dan juga melalui kerjasama dengan mitra, sedangkan untuk pengusahaan di luar negeri dilakukan melalui aliansi strategis bersama dengan mitra. Berbeda dengan usaha yang dilakukan di bidang minyak dan gas bumi, eksplorasi dan produksi panas bumi masih hanya dilakukan di dalam negeri.

Untuk mendukung kegiatan intinya Sektor Hulu juga memiliki usaha di bidang pemboran minyak, gas, dan panas bumi. Kegiatan eksplorasi ditujukan untuk menemukan cadangan cadangan migas dan panas bumi yang baru sebagai pengganti hidrokarbon dan panas bumi yang telah diproduksi. Upaya ini dilakukan untuk menjaga agar kesinambungan produksi migas dan panas bumi dapat terus dipertahankan.

### **b. Kegiatan Sektor Hilir**

Kegiatan Hilir meliputi pengolahan, pemasaran & niaga, perkapalan, dan distribusi produk Hilir baik di dalam maupun ke luar negeri yang

berasal kilang PT. Pertamina (Persero) maupun impor yang didukung oleh sarana transportasi darat dan laut.

#### 1. Bidang Pengolahan

Bidang Pengolahan memiliki 7 unit kilang dengan kapasitas total 1.051,70 Ribu Barrel. Beberapa kilang minyak seperti UP-III Plaju dan Kilang UP-IV Cilacap terintegrasi dengan kilang Petrokimia dan memproduksi Petrokimia yaitu PTA dan Paraxylene.

#### 2. Bidang Pemasaran & Niaga

Kegiatan pemasaran adalah upaya memasarkan dan mendistribusikan produk usaha hilir yaitu :

##### a. Bahan Bakar Minyak (BBM)

Selama ini PT. Pertamina (Persero) masih sepenuhnya mengemban Public Service Obligation (PSO) untuk menyediakan dan mendistribusikan BBM dalam negeri, yang terdiri dari :

- Premium (Gasoline)
- Minyak Tanah (Kerosene)
- Minyak Solar (ADO)
- Minyak Diesel (IDO)
- Minyak Bakar (IFO)

##### b. Bahan Bakar Khusus (BBK)

Yang dimaksud dengan Bahan Bakar Khusus adalah bahan bakar untuk penerbangan (Aviasi) yaitu Avtur dan Avgas serta Gasoline dengan nilai octane tinggi yaitu Pertamax dan Pertamax Plus. Bahan bakar khusus jenis BB2L, Premix, dan Super TT sudah tidak dipasarkan lagi.

c. Non BBM dan Petrokimia

Produk Non BBM & Petrokimia yang dipasarkan dan dijual Unit Bisnis Niaga Non BBM dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) bagian, sebagai berikut :

- Produk Asphalt : Aspal Curah dan Aspal dalam kemasan drum
- Produk Non BBM : Solvent, Minarex, Paraffinic, Oil Heavy Aromatic, Lube Base Oil, Slave Wax, Paraffin Wax, Green Coke
- Produk Petrokimia : Paraxylene, Benzene, PTA, Propylene, Polypropylene (Polytam), dan Sulfur

d. Gas

Untuk pemenuhan kebutuhan LPG dalam negeri, Pertamina memiliki 3 (tiga) sumber pasokan yaitu : LPG yang dihasilkan dari kilang-kilang Pertamina sekitar 75 %, LPG impor dan kilang swasta sebesar 25 %. Produk LPG

dengan merek “Elpiji” dijual melalui jalur distribusi SPPBE/APPEL dan Agen yang terdiri dari kemasan 3 kg, 6 kg, 12 kg, 50 kg, dan skid tank.

Bahan Bakar Gas (BBG) telah diperkenalkan ke masyarakat sejak tahun 1987. Untuk mendukung penyebaran BBG, telah dibangun 9 unit existing Stasiun Pengisian Bahan Bakar Gas (SPBG).

e. Produk Kilang Lainnya

Produk-produk kilang lainnya yang dihasilkan oleh Pertamina antara lain : LOMC, Naphtha, LSWR, HVGO, Decant Oil, dan Lean Gas. Produk-produk ini pada umumnya tidak dipasarkan tetapi diproses kembali di kilang, kecuali beberapa jenis produk yang telah mempunyai pasar antara lain : LSWR, Naphtha, dan Decant Oil.

f. Pelumas

Guna memenuhi kebutuhan pasar Pelumas di dalam negeri, Pertamina memproduksi dan memasarkan berbagai jenis pelumas yang dikelompokkan menjadi :

- Pelumas Automotif : PCMO (Passenger Car Motor Oil), AGO (Automotif Gear Oil), Automotif Grease, Small Engine Oil, dan HDDO (Heavy Duty Diesel Oil) kemasan lithos.

- Pelumas Industri : HDDO (Heavy Duty Diesel Oil) curah dan kemasan drum, Hydraulic Oil, IGO (Industrial Gear Oil), Power Generator/Marine Diesel Oil, Heat Transfer Oil, Industrial Greases, dan berbagai pelumas khusus lainnya.

### 3. Bidang Perkapalan (Bisnis Angkutan Laut)

Perkapalan Pertamina mengoperasikan 137 unit kapal (milik sendiri dan carteran) mulai dari kapal kecil berukuran 1.500 DWT kelas *Bulk Lighter* sampai dengan kapal sepanjang 300 meter berbobot mati tidak kurang dari 300.000 DWT kelas Very Large Crude Carrier (VLCC) mengangkut muatan dan melayani terminal, mulai dari Terminal utama Jakarta yang telah berstandar ISPS sampai terminal di pedalaman sejauh Terminal Merauke bahkan sampai di terminal di luar negeri seperti Libya, dan Ras Tanura, Arab.

Dalam prakteknya perkapalan Pertamina melayani 30 titik suplai minyak mentah, mengangkut muatan ke tujuh pelabuhan khusus kilang dan melayani tidak kurang dari 150 depot antara maupun akhir yang lokasinya tersebar pada wilayah Indonesia dalam area tidak kurang dari 15 juta meter persegi dengan medan laut dan sungai yang dangkal dan sempit. Di samping melayani depot dan terminal perkapalan Pertamina juga melayani *Ship To Ship Operation* dan juga menjalankan kegiatan usaha jasa maritim

yang mencakup kegiatan usaha keagenan, dok, teknik bawah air, dan diklat khusus pelaut.

#### 4. Bidang Distribusi Produk Hilir Dalam Negeri

Distribusi dan pemasaran dalam negeri dibagi dalam 8 (delapan) wilayah (UPMS) dengan kantor pusat pemasaran di Medan, Palembang, Jakarta, Semarang, Surabaya, Balikpapan, Makasar, Jayapura, dan beberapa Kantor Cabang di Banda Aceh, Padang, Pekanbaru, Bandung, Yogyakarta, Denpasar, Kupang, Pontianak, Banjarmasin, Manado, dan Ambon.

Distribusi BBM dan Bahan Bakar Khusus (BBK) dilakukan melalui terminal Transit, Instalasi, Depot, dan Depot Pengisian Pesawat Udara (DPPU) dengan menggunakan jalur laut, udara, dan darat melalui pip, kereta api, atau mobil tanki.

**Tabel 7**

**Tabel Jalur Pemasaran BBM Pertamina & Mitra Usaha**  
*Table of Pertamina & Partner's Fuel Distribution Channel*

No.	Sarana Distribusi <i>Distribution Channel</i>	Unit <i>Unit</i>
1.	SPBU – Stasiun Pengisian BBM untuk Umum <i>Public Gas Station</i>	3273
2.	SPBI – Stasiun Pengisian BBM untuk Industri <i>Fuel Distributor for Industry</i>	83
3.	SPBA – Stasiun Pengisian BBM untk ABRI <i>Fuel Distributor for Army</i>	189
4.	Agen Minyak Tanah <i>Kerosene Retail</i>	2526
5.	SPBB – Stasiun Pengisian BBM untuk Bunker <i>Fuel Distributor for Bunker</i>	74
6.	PSPD – Premium Solar Packed Dealer	133
7.	APMS – Agen Premium Minyak Solar <i>Automotive Diesel Oil Distributor</i>	419
8.	SPDN – Solar Packed Dealer Nelayan	90

	<i>Fuel Distributor for Fisherman</i>	
9.	SPBN – Stasiun Pengisian Bahan Bakar untuk Nelayan <i>Fisherman Gas Station</i>	11
10.	Agen Pelumas <i>Lubricant Distributor</i>	224
11.	Pengemas Pelumas Swasta <i>Private Lubricant Packaging Factories</i>	6
12.	Agen LPG <i>LPG Distributor</i>	532
13.	Agen Aspal Curah <i>Asphalt Distributor</i>	25
14.	Agen Aspal Drum <i>Tanked Asphalt Distributor</i>	48
15.	Agen Lilin <i>Wax Distributor</i>	35
16.	Agen Kimia Industri <i>Industrial Chemical Products Distributor</i>	120
17.	SPBG – Stasiun Pengisian Bahan Bakar Gas <i>Gas Based Fuel Station</i>	16
18.	Stasiun Pengisian Bahan Bakar LPG <i>LPG Station</i>	0
19.	SPBE – Stasiun Pengisian dan Pengangkutan Bulk LPG <i>Bulked LPG Station &amp; Transporter</i>	43

Sumber : *Annual Report* PT. Pertamina (Persero) 2005

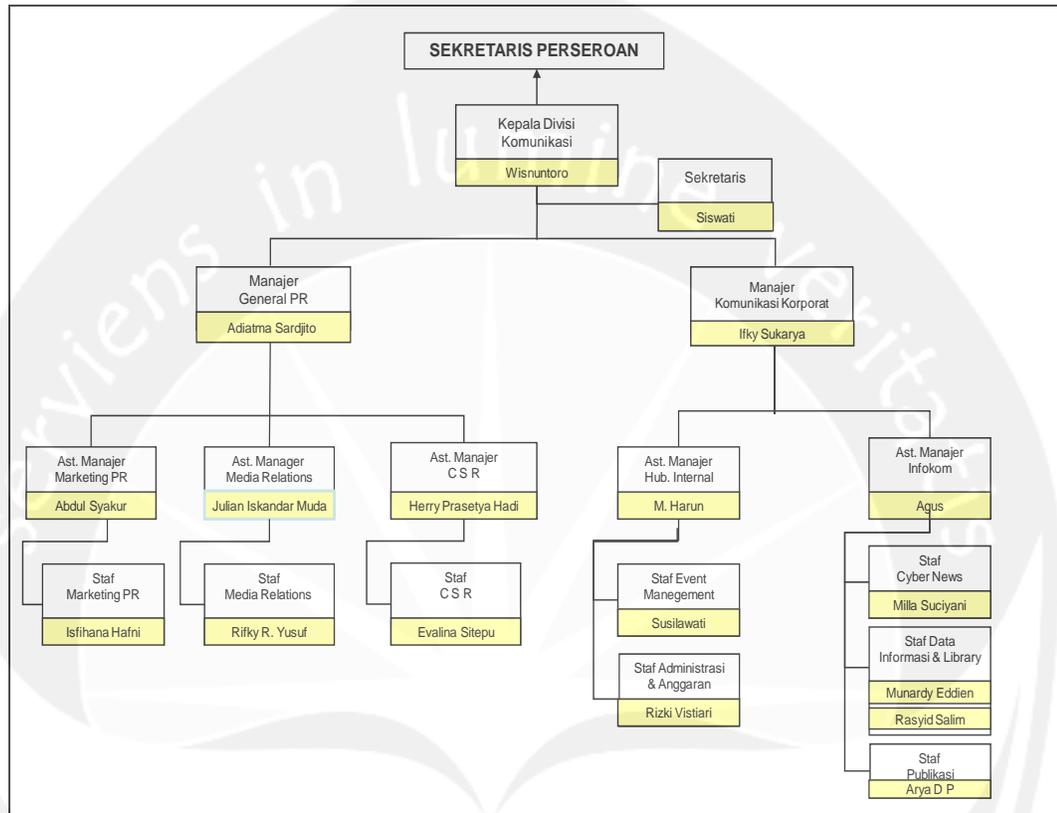
## B. Objek Penelitian

### 1. Gambaran Umum Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)

Bagan di bawah ini menggambarkan Struktur Organisasi Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).

### Bagan 3

#### Struktur Organisasi Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)



Seperti yang terlihat pada bagan struktur organisasi Sekretaris Perseroan PT. Pertamina (Persero), Divisi Komunikasi berada di bawah Sekretaris Perseroan, yang mana Sekretaris Perseroan tersebut berada langsung di bawah Direktur Utama PT. Pertamina (Persero).

Sekretaris Perseroan terbagi atas 4 (empat) divisi yaitu Divisi Komunikasi, Divisi Legal Advisor, Divisi Hubungan Kelembagaan, dan Divisi Biro Direksi. Divisi Komunikasi dipimpin oleh Kepala Divisi Komunikasi Wisnuntoro. Dalam menjalankan fungsi dan tugas-tugasnya Kepala Divisi Komunikasi

dibantu oleh seorang General Manager Public Relations dan seorang Manager Komunikasi Korporat.

- General Manager Public Relations : Adiatma Sardjito

a. Fungsi

Fungsi Manager General PR adalah melakukan pembinaan, pengintegrasian dan pengawasan terhadap strategi korporat dan pelaksanaan aktifitas kehumasan guna membangun citra yang baik di lingkungan eksternal.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Adapun beberapa tugas dan kegiatan utama yang harus dijalankan oleh General Manager Public Relations adalah :

1. Menyusun strategi komunikasi lingkup korporat
2. Mengkoordinir seluruh aktivitas fungsi kehumasan secara korporat. Membina hubungan dengan media cetak & elektronik
3. *Corporate Councelling* bagi CEO dan Unit Bisnis perusahaan
4. Memupuk identitas korporat dan loyalitas pelanggan
5. Bekerja sama dengan fungsi marketing dalam melakukan program marketing public relations

c. **Tanggung Jawab**

Seorang General Manager Public Relations PT. Pertamina (Persero) bertanggung jawab atas 2 (dua) hal yaitu :

1. Lancarnya aktifitas komunikasi massa
2. Tersiarinya pesan-pesan penting dan kinerja perusahaan secara efektif dan efisien.

d. **Wewenang Dalam Pembuatan Keputusan**

Sebagai seorang pembuat kebijakan (*decision maker*), General Manager Public Relations dalam suatu proses pembuatan keputusan (*decision making process*) memiliki kewenangan sebagai berikut :

1. Menetapkan strategi komunikasi massa.
2. Menandatangani dokumen sesuai otorisasinya.
3. Pembinaan SDM di lingkungan General PR

e. **Struktur Organisasi General Manager Public Relations**

Dalam menjalankan tugasnya General Manager Public Relations PT. Pertamina (Persero) membawahi tiga bidang kerja, yaitu : Asisten Manajer Marketing Public Relations, Asisten Manajer Media Relations, dan Asisten Manajer Corporate Social Responsibility.

1. **Asisten Manajer Marketing Public Relations**

a. **Fungsi**

Asisten Manager Marketing Public Relations memiliki fungsi untuk menjaga konsistensi dan pemupukan identitas korporat berikut atribut-atributnya.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama dari Asisten Manager Marketing Public Relations adalah sebagai berikut :

1. Mengawasi identitas dan atribut korporat
2. Membuat strategi sponsorship dan mengusulkan partisipasi perusahaan.
3. Mengkomunikasikan reputasi perusahaan melalui berbagai media
4. Menerbitkan dan mempublikasikan profil dan eksistensi perusahaan
5. Melakukan pameran dan edukasi publik dalam berbagai event

c. Tanggung Jawab

Asisten Manager Marketing Public Relations bertanggung jawab penuh atas terpeliharanya atribut-atribut perusahaan untuk kepentingan *brand* korporat.

Dalam menjalankan tugasnya Asisten Manager Marketing Public Relations dibantu 2 (dua) orang Staf Marketing Public Relations dengan perincian sebagai berikut :

a. Fungsi

Staf Marketing Public Relations memiliki fungsi untuk mengawasi dan memonitor pemupukan identitas korporat berikut atribut-atributnya serta mengajukan kampanye atau propaganda perusahaan

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Marketing Public Relations adalah sebagai berikut :

1. Memonitor dan mengawasi aktifitas yang kontraproduktif terhadap pembangunan citra perusahaan
2. Melakukan supervisi terhadap Unit bisnis dan Anak perusahaan terhadap strategi pencitraan korporat
3. Memberikan rekomendasi kepada manajemen maupun Bisnis Unit / AP yang berkaitan dengan unsur-unsur pembentuk citra.
4. Mengeksploitasi cerminan positif perusahaan secara kreatif melalui pameran tetap, pameran dalam negeri maupun luar negeri.
5. Kampanye dan sosialisasi atribut visual maupun virtual perusahaan
6. Membuat advetorial dan iklan korporat di media cetak maupun elektronik

c. **Tanggung Jawab**

Staf Marketing Public Relations bertanggung jawab atas terselenggaranya program-program marketing public relations yang sesuai dengan brand driver korporat.

2. Asisten Manager Media Relations

a. Fungsi

Asisten Manager Media Relations berfungsi untuk membuka akses informasi kepada media massa untuk menggalang opini publik yang berguna bagi kepentingan korporat.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Asisten Manager Media Relations adalah sebagai berikut :

1. Membina hubungan baik dengan wartawan dan membuat *draft press release*
2. Memfasilitasi acara jumpa pers
3. Mendampingi direksi dan mengarahkan insan pers saat wawancara
4. Mengatur dan memfasilitasi permintaan wawancara media eksternal
5. Meliput dan mencatat segala pernyataan direksi atau juru bicara yang disampaikan kepada media

6. Mengundang dan memfasilitasi liputan media cetak/elektronik untuk event penting perusahaan tingkat nasional
7. Membuat program-program edukasi bagi wartawan/insan pers

c. Tanggung Jawab

Asisten Manager Media Relations bertanggung jawab untuk :

1. Menggalang opini publik melalui media massa serta meng-*counter* pemberitaan negatif
2. Diperolehnya peringatan dini dan prognosa atas situasi perusahaan dalam media massa

d. Wewenang dalam Pembuatan Keputusan

Dalam menjalankan tugasnya Asisten Manager Media Relations dibantu oleh 2 (dua) orang Staf Media Relations dengan perincian sebagai berikut :

a. Fungsi

Pada umumnya Staf Media Relations memiliki fungsi untuk menjaga akses informasi terhadap media massa dan melakukan *media tracking & record* untuk pengembangan opini publik.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Staf Media Relations memiliki Tugas dan Kegiatan Utama sebagai berikut :

1. Monitoring opini publik dan membuat kliping media cetak
2. Mengevaluasi dan membuat prognosis berita
3. Membuat program-program *media campaign*

c. Tanggung Jawab

Staf Media Relations bertanggung jawab atas tersajinya informasi pemberitaan media cetak dan elektronik.

3. Asisten Manager CSR

a. Fungsi

Asisten Manager CSR berfungsi sebagai pelaksana program komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan untuk memperkuat eksistensi dan reputasi perusahaan.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama dari Asisten Manager CSR adalah sebagai berikut :

1. Membuat dan melaksanakan program Corporate Social Responsibility
2. Bekerja sama dengan fungsi PKBL dalam implementasi kebijakan pembinaan lingkungan ke Unit Usaha / AP

3. Melakukan kerja sama tripatri dengan pihak-pihak yang paling berkepentingan dengan program CSR.

c. Tanggung Jawab

Asisten Manager CSR bertanggung jawab penuh atas terselenggaranya program CSR yang sesuai dengan strategi positioning perusahaan di mata publik.

d. Wewenang dalam Pembuatan Keputusan

Dalam menjalankan tugasnya Asisten Manager CSR dibantu oleh 2 (dua) orang Staf CSR dengan perincian sebagai berikut :

a. Fungsi

Staf CSR memiliki fungsi untuk mengelola program-program CSR dan mengajukan gagasan baru sesuai perkembangan dan momentum komunikasi yang sedang berlangsung.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf CSR adalah sebagai berikut :

1. Menyusun dan mengajukan program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)*
2. Membuat konsep komunikasi CSR
3. Supervisi program-program CSR terhadap Unit & Anak Perusahaan

4. Menyusun laporan dan membuat modul-modul sosialisasi program
5. Mengawasi aktifitas kegiatan CSR di pusat maupun Unit
6. Menyelaraskan antara program - program Community Development dan Relations Development Unit dan Anak Perusahaan
7. Akusisi data dan menyajikan dokumen CSR sebagai bahan evaluasi.

c. Tanggung Jawab

Staf CSR bertanggung jawab atas terkoordinasinya program-program CSR dengan Unit-unit Usaha dan Anak Perusahaan.

- Manager Komunikasi Korporat : Ifky Sukarya.

a. Fungsi

Manager Komunikasi Korporat PT. Pertamina (Persero) menjalankan fungsinya untuk mengkoordinasikan dan mengintegrsikan komunikasi korporat, pernyataan-pernyataan korporat, kebijakan perusahaan serta sosialisasi internal perusahaan.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Manager Komunikasi Korporat dalam menjalankan fungsinya memiliki tugas dan kegiatan utama sebagai berikut :

1. Menyiapkan materi pernyataan korporat (*corporate statement*)
2. Menyediakan info lingkungan strategis (politik, sosial dan budaya)
3. Melakukan Riset pengembangan komunikasi efektif
4. Mengorganisir acara resmi perusahaan (*corporate function*)
5. Memfasilitasi *gathering* dan *townhall meeting*

c. Tanggung Jawab

Secara umum Manager Komunikasi Korporat PT. Pertamina (Persero) bertanggung jawab terhadap lancarnya arus komunikasi lintas fungsi, *top down & bottom up* melalui berbagai media dan event

d. Wewenang Dalam Pembuatan Keputusan

Dalam proses pembuatan keputusan (*decision making process*) Manger Komunikasi Korporat mempunyai wewenang sebagai berikut :

1. Menetapkan strategi pelaksanaan kegiatan komunikasi korporat.
2. Menandatangani dokumen sesuai otorisasinya.
3. Pembinaan SDM di lingkungan Divisi Komunikasi

e. Struktur Organisasi Manager Komunikasi Korporat

Dalam menjalankan tugasnya Manager Komunikasi Korporat membawahi 2 (dua) bidang kerja yaitu : Asisten Manager Hubungan Internal dan Asisten Manager Infokom.

1. Asisten Manager Hubungan Internal

a. Fungsi

Asisten Manager Hubungan Internal memiliki fungsi untuk mengelola dan memfasilitasi kepentingan komunikasi internal perusahaan dan membina profesi kehumasan di lingkungan Pertamina serta mengevaluasi anggaran program-program kehumasan.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Asisten Manager Hubungan Internal adalah sebagai berikut :

1. *Corporate Councelling* bagi CEO dan Unit Bisnis
2. Sosialisasi kebijakan melalui berbagai media
3. Mengevaluasi Anggaran
4. Mengajukan scenario planning acara-acara resmi perusahaan
5. Memfasilitasi aspirasi keluarga besar Pertamina termasuk mitra kerja

## 6. Pembinaan profesi kehumasan perusahaan

### c. Tanggung Jawab

Asisten Manager Hubungan Internal bertanggung jawab untuk

:

1. Memelihara sikap perusahaan dan manajemen untuk tampil dimuka publik
2. Pengembangan profesionalisme dan evaluasi RKA kehumasan perusahaan

### d. Wewenang dalam Pembuatan Keputusan

Dalam menjalankan tugasnya Asisten Manager Hubungan Internal dibantu dan membawahi 2 (dua) bidang kerja yaitu : Staf Event Management dan Staf Administrasi & Anggaran.

#### 1. Staf Event Management

##### a. Fungsi

Staf Event Management memiliki fungsi sebagai penyelenggara acara resmi dan acara penting perusahaan untuk dikoordinasikan dengan fungsi-fungsi terkait.

##### b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Event Management adalah sebagai berikut :

1. Memfasilitasi forum komunikasi internal perusahaan
2. Bertindak sebagai protokol acara-acara resmi perusahaan
3. Organizer acara seminar, workshop, saresehan dan lain-lain di dalam perusahaan maupun dengan pihak luar perusahaan

#### c. Tanggung Jawab

Staf Event Management bertanggung jawab atas lancarnya kegiatan-kegiatan penting perusahaan dan acara resmi perusahaan (*Corporate function*).

#### 2. Staf Administrasi & Anggaran

##### a. Fungsi

Staf Administrasi & Anggaran memiliki fungsi untuk menyelesaikan urusan-urusan administrasi termasuk anggaran dan pembinaan profesi kehumasan Pertamina.

##### b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Administrasi & Anggaran adalah sebagai berikut :

1. Memonitor dan membuat laporan realisasi anggaran
2. Sebagai PIC user SAP
3. Menginventarisir material operasi dan investasi Hupmas
4. Memfasilitasi urusan kepersonaliaan dan pembinaan profesi
5. Pengadaan barang dan jasa dan pemeliharaan inventaris material operasi dan investasi pendukung kerja

c. Tanggung Jawab

Staf Administrasi & Anggaran bertanggung jawab untuk :

1. Lancarnya urusan administrasi dan formalitas realisasi anggaran
2. Terselenggaranya program-program pembinaan profesi

2. Asisten Manager Infokom

a. Fungsi

Asisten Manager Infokom memiliki fungsi untuk mengelola infrastruktur dan platform komunikasi korporat serta

mengevaluasi data/info lingkungan strategis untuk disajikan keluar maupun kedalam perusahaan

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Asisten Manager Infokom adalah sebagai berikut :

1. Menata pernyataan korporat (*corporate statement*) dan mengemas materi presentasi korporat
2. Mengevaluasi info lingkungan strategis (politik, sosial dan budaya)
3. Melakukan audit komunikasi
4. Membuat dan memelihara kebijakan komunikasi korporat
5. Mengembangkan jejaring informasi internal (anak perusahaan, unit bisnis, fungsi dan organisasi terkait) dan eksternal (situs informasi)
6. Melayani permintaan informasi korporat (khususnya bagi investor, calon investor dan mitra kerja)

c. Tanggung Jawab

Asisten Manager Infokom bertanggung jawab atas :

1. Tersedianya perangkat pendukung dan materi komunikasi

2. Tersajinya data strategis perusahaan dalam berbagai media dan penyajian (cetak & digital)

d. Wewenang dalam Pembuatan Keputusan

Dalam menjalankan tugasnya Asisten Manager Infokom dibantu dan membawahi 3 (tiga) bidang kerja yaitu : Staf Cyber News, Staf Data Informasi & Library, dan Staf Publikasi.

1. Staf Cyber News

a. Fungsi

Staf Cyber News memiliki fungsi untuk mengelola electronic PR dan melakukan riset elektronik terhadap isu strategis menyangkut kepentingan perusahaan.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Cyber News adalah sebagai berikut :

1. Mengelola *home page* korporat (pertamina.com)
2. Membuat presentasi korporat dalam bentuk digital
3. Melakukan *desk research* dan *browsing* internet (*intelligent*) menyangkut kepentingan perusahaan
4. Mengembangkan jaringan informasi melalui situs-situs berita (*membership*)

5. Memelihara dan memenuhi kebutuhan informasi melalui *home page* (termasuk menjawab keluhan yang masuk)

6. *Up-load* berita dan *updating home page* termasuk peluncuran produk

c. Tanggung Jawab

Staf Cyber News bertanggung jawab untuk mengelola akses informasi digital bagi komunitas elektronik baik di dalam maupun di luar negeri.

2. Staf Data Informasi & Library

a. Fungsi

Staf Data Informasi & Library memiliki fungsi untuk mengelola data fisik dan perpustakaan korporat.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Data Informasi & Library adalah sebagai berikut :

1. Mengelola bank data/informasi baik *hard copy* maupun *soft copy*

2. Mengelola Perpustakaan Pusat Pertamina

3. Menganalisa data/informasi khususnya yang menyangkut politik sosial dan budaya dalam pengembangan bisnis Perusahaan

c. Tanggung Jawab

Staf Data Informasi & Library memiliki tanggung jawab atas terpeliharanya data dan informasi umum seputar perusahaan secara lengkap dan mudah untuk diperoleh.

3. Staf Publikasi

a. Fungsi

Staf Publikasi memiliki fungsi untuk memproduksi dan mendistribusi materi-materi publikasi perusahaan dalam berbagai media.

b. Tugas dan Kegiatan Utama

Tugas dan Kegiatan Utama Staf Publikasi adalah sebagai berikut :

1. Meliput aktifitas penting perusahaan dan kegiatan direksi
2. Menyusun materi *sucessory publication* dan reputasi perusahaan
3. Sosialisasi kebijakan dan *inhouse publication*.
4. Memproduksi barang-barang cetakan perusahaan
5. Membuat agenda dan kalender perusahaan

6. Menerbitkan *bulletin* dan majalah perusahaan (*in house publication*)
  7. Membuat buku-buku tematis
  8. Mendisain dan memproduksi cinderamata, kemasan, kartu ucapan perusahaan dll
  9. Membuat *leaflet* dan profil perusahaan dalam bentuk cetakan
  10. Mendokumentasikan seluruh materi komunikasi korporat dalam bentuk audio visual
- c. Tanggung Jawab

Staf Publikasi bertanggung jawab untuk mengemas, menyajikan, serta mendistribusikan pesan-pesan perusahaan untuk kalangan internal dan eksternal perusahaan.

## **2. Kronologis Kasus Kelangkaan BBM Periode Mei – Juli 2005**

Secara garis besar berita tentang kelangkaan BBM pada tahun 2005 lalu (bulan Mei – Juli) mulai tersiar di media massa sekitar pertengahan bulan Mei 2005. Dari berbagai dokumentasi pemberitaan media massa diketahui bahwa isu tentang kritisnya stok BBM sudah mulai tersiar sejak tanggal 11 Mei 2005 dimana pada saat itu dikatakan bahwa stok BBM nasional kritis karena hanya cukup untuk konsumsi 19 hari. Keadaan ini jauh dari batas stok normal yang harus bisa mencapai pemenuhan konsumsi untuk 20 hari.

Untuk lebih rincinya kronologis terjadinya krisis akan disajikan secara berurut pada tabel di bawah ini

Tabel 8

### Kronologis Terjadinya Kelangkaan BBM Periode Mei – Juli 2005



Sumber : Kliping Pemberitaan Media Massa Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) bulan Mei – Juli 2005 (diolah)

#### Pekan Pertama Awal Mei 2005

Pertamina mengajukan permohonan pembayaran subsidi sebesar Rp. 4,2 Triliun untuk kepentingan impor dan pembongkaran 3,2 Juta Barel minyak untuk persediaan selama empat hari. Hal ini sudah sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan RI No. 301 Tahun 2004 yang menyebutkan bahwa pembayaran subsidi harus diajukan Pertamina

paling lambat tanggal 10 tiap bulannya. Seminggu kemudian subsidi tersebut sudah harus dibayarkan ke Pertamina. Yang terjadi ialah Departemen Keuangan baru membayar subsidi tersebut 15 Juni 2005. (diolah dari Gatra 2 Juli 2005 hal 69)

#### **Jumat 13 Mei 2005**

Dalam bahan tertulis Direktur Utama Pertamina Widya Purnama ketika mendampingi Menteri ESDM Purnomo Yusgiantoro dalam rapat kerja dengan Komisi VII DPR di Jakarta, Jumat 13 Mei 2005 malam terungkap bahwa stok BBM nasional pada 11 Mei 2005 hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan 19 hari. Hal ini disebabkan karena setidaknya ada dua kapal yang masing-masing bermuatan 600.000 barrel solar tidak bersedia membongkar muatannya ke depo transit di Teluk Semangka, Lampung dan di Kalbut, Sitobondo, Jawa Timur. Satu kapal yang bermuatan 200.000 barrel premium juga masih menunggu di Singapura karena masalah pembayaran. Masalah pembayaran tersebut terkait dengan tidak lancarnya pencairan dana dari pemerintah (diolah dari pemberitaan harian Kompas, Sabtu 14 Mei 2005 hal 1).

**Tabel 9**

#### **Posisi Stok BBM Nasional Tanggal 11 Mei 2005**

Produk	Konsumsi per hari (kiloliter)	Ketahanan stok BBM
--------	-------------------------------	--------------------

Premium	42.011	15,6 hari
Minyak Tanah	24.431	24,8 hari
Minyak Solar	72.525	15,2 hari
Minyak Diesel	2.780	36 hari
Minyak Bakara	15.369	27,4 hari
<b>TOTAL</b>	<b>167.116</b>	<b>19 hari</b>

Sumber : Kompas Sabtu 14 Mei 2005 hal 1

### **Sabtu 14 Mei 2005**

Menteri ESDM Purnomo Yusgiantoro menyatakan bahwa setelah membaca pemberitaan media terkait kondisi stok BBM per 11 Mei 2005 yang hanya sampai 19 hari, dia langsung menerima laporan dari Direktur Utama Pertamina Widya Purnama, Wakil Direktur Mustika Saleh serta Direktur Pemasaran Ari Soemarno yang menjelaskan bahwa stok BBM sudah di atas 20 hari.

Purnomo Yusgiantoro juga menjelaskan bahwa pada hari ini (Sabtu 14 Mei 2005) dua kapal berisi solar telah menurunkan muatan di Lampung dan Situbondo, sementara kapal di Singapura dijamin sudah berada di Indonesia (diolah dari Kompas, Senin 16 Mei 2005 hal 14).

### **Kamis 23 Juni 2005**

Stok BBM kembali kritis dan berada pada titik 17,5 hari. Kondisi dikarenakan adanya keterlambatan pembongkaran BBM di Teluk Semangka Lampung dan seretnya pengucuran dana dari pemerintah. Dirut Pertamina Widya Purnama menjelaskan bahwa pada saat ini (Kamis 23 Juni 2005) stok premium hanya untuk 12,7 hari, minyak

tanah 25,3 hari, dan solar 14,5 hari. Untuk itu, Widya Purnama mengatakan “Kita berharap tanggal 25 Juni ini (besok) stok kebutuhan BBM nasional dapat ditingkatkan diatas 20 hari. Untuk itu Depkeu diharapkan dapat segera mencairkan dana agar stok tidak menurun drastis”. Pertamina sendiri sudah mulai melakukan pembongkaran BBM yang telat dibongkar. Sebanyak 2 juta barrel BBM sudah mulai dibongkar, terdiri dari 1,2 juta barrel solar dan sisanya premium masih menunggu pembongkaran. Menurut Widya pada kuartal pertama 2005 terjadi over kuota untuk premium sebesar 2,7 %, solar 2 %, dan minyak tanah 2,5 %. Untuk mengatasi hal tersebut Pertamina berupaya mempertahankan stok BBM dengan melakukan penjatahan distribusi di sejumlah SPBU. Widya juga mengakui bahwa pada hari Sabtu dan Minggu lalu terjadi lonjakan permintaan pada Juli 2005 dan kemungkinan permasalahan seperti ini akan terulang lagi apabila permasalahan pencairan dana dari Depkeu belum juga lancar. (diolah dari Rakyat Merdeka, Jumat 24 Juni 2005 hal 20).

Kelangkaan minyak tanah terjadi di beberapa daerah diantaranya Bandar Lampung (Sumsel), Semarang (Jateng), Manado (Sulut), Kendari (Sultra), dan Jayapura (Papua). Di Semarang kelangkaan minyak tanah terjadi secara merata di 16 kecamatan selama satu bulan terakhir ini (Juni 2005). Di sejumlah kelurahan di Semarang minyak tanah datang hanya sekali dalam seminggu dengan stok yang terbatas

sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan warga. Di Papua terutama di Jayapura penjualan minyak tanah hanya dibatasi untuk warga yang tinggal di kompleks perumahan. Jumlahnya pun dibatasi, seyogyanya satu keluarga bisa membeli 30 liter, sejak April 2005 hanya diperbolehkan membeli maksimal 20 liter. Di Kendari ibu-ibu rumah tangga mengeluhkan sulitnya mendapat minyak tanah. Mereka bahkan harus berkeliling dari satu pangkalan ke pangkalan lainnya untuk mendapatkan minyak tanah. Itupun dengan harga yang berkisar antara Rp. 1400 – Rp. 1500 per liter, padahal harga eceran tertinggi (HET) minyak tanah di pasaran Rp. 1000 per liter. Asisten Bidang Ekonomi Sekretariat Wilayah Propinsi Sultra, Umar Abibu, mengatakan pihaknya masih kesulitan mengatasi kelangkaan minyak tanah karena sejak Januari 2005 Pertamina mengurangi kuota BBM sebesar 30 persen dari tahun sebelumnya yakni dari 3000 kilo liter menjadi 2200 kilo liter per tahun. Untuk minyak tanah kuota diturunkan dari 85.200 menjadi 74.600 kilo liter. Gubernur Sultra bahkan sudah tiga kali melayangkan surat ke Pertamina pusat untuk menambah kuota BBM namun belum direspon, Menurut Kepala Wira Penjualan Pertamina Kendari, Ismail Halim, kelangkaan BBM disinyalir disebabkan oleh adanya sejumlah industri yang membeli BBM ke tingkat pengecer. Industri membeli minyak tanah ke tingkat pengecer karena harganya hanya Rp. 1000 per liter jika dibanding dengan harga kalau membeli di Pertamina yang sebesar Rp. 2200 per liternya. Di Bandar Lampung

kelangkaan terjadi sejak sepekan lalu. Kelangkaan banyak terjadi di Kecamatan Telukbetung Barat khususnya Kelurahan Kotakarang dan Lempasing di Pasar Tugu dan Jalan Ridwan Rais, Kecamatan Tanjungkarang Timur, serta di Jalan Komarudin Kecamatan Rajabasa. Sementara itu di Manado (Sulut) stok minyak tanah hanya cukup untuk lima hari ke depan. Menurut Humas Pertamina Manado Rosye Mangindaan kelangkaan tersebut terjadi karena keterlambatan Pemerintah membayar subsidi BBM kepada Pertamina Pusat. (diolah dari Sinar Harapan Kamis 23 Juni 2005 hal 1)

#### **Jumat 24 Juni 2005**

Menneg BUMN Sugiharto mengungkapkan bahwa Menteri Keuangan melalui surat No. 51 yang keluar pada Rabu 22 Juni 2005 menyatakan proses pencairan subsidi tahun 2003 dan 2004 akan segera dibayar. Dalam rapat terbatas mengenai BBM yang dipimpin langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pemerintah menyepakati empat langkah penting untuk memenuhi kebutuhan BBM dalam negeri :

1. Pemerintah akan berfokus pada peningkatan bertahap stok BBM dari 17,2 hari menjadi 22 hari. Program bertahap ini terbagi atas :
  - peningkatan stok BBM dari 17,2 hari menjadi 18,5 hari yang akan tercapai pada akhir 29 Juni 2005,
  - peningkatan dari 18,5 hari menjadi 20 hari pada

minggu ketiga Juli 2005 dan,

- pencapaian stok di level 22 hari akan tercapai pada awal Agustus 2005.
- 2. Pemerintah akan melakukan pengkajian terhadap upaya penghematan energi
- 3. Pemerintah meminta Pertamina agar meningkatkan proses penegakkan hukum terhadap pengoplosan dan penyelundupan BBM.
- 4. Presiden meminta agar Pertamina meningkatkan produktivitasnya.

(diolah dari Bisnis Indonesia Jumat 24 Juni 2005 hal 1)

#### **Sabtu 25 Juni 2005**

Departemen Keuangan melalui siaran pers yang dilayangkan ke Media Indonesia Jumat 24 Juni 2005 menyatakan telah mentransfer dana subsidi BBM ke rekening Pertamina di Bank Mandiri, BRI, dan BNI pada saat itu juga Jumat 24 Juni 2005 sebesar 9,3 Triliun. Menurut Kepala Biro Humas Depkeu Marjanto Harjowiryono pembayaran kepada Pertamina itu meliputi penggantian subdisi BBM sebesar 8,7 Triliun dan juga untuk membayar kekurangan subsidi BBM tahun 2003 sebesar 617,9 Miliar. (diolah dari Media Indonesia Sabtu 25 Juni 2005 hal 1)

Pencairan dana subsidi sebesar 9,3 Triliun tersebut tidak bisa secara otomatis mengatasi kelangkaan BBM. Perlu waktu dan langkah bertahap untuk sampai ke posisi stok 22 hari. Demikian seperti yang dikatakan Direktur Pemasaran dan Niaga Pertamina Arie H. Soemarno Jumat 24 Juni 2005 kepada Indo Pos “kami membutuhkan waktu untuk meningkatkan stok BBM yang ada agar bisa berada di level aman 21-22 hari. Saat ini posisi stok BBM kita mencapai 18 hari. Pasokan kita bisa 20 hari dalam Juli. Itu untuk tiga produk BBM yang paling banyak dikonsumsi yakni premium, minyak tanah, dan solar”. Salah satu kendala peningkatan stok BBM tersebut adalah masalah distribusi yang memakan waktu cukup lama. “Program untuk pemenuhan Juni ini tadi malam (Jumat 24 Juni 2005) kami membongkar pasokan 1,3 juta barel solar serta 20 ribu barel untuk premium. Perlu waktu untuk membawanya dari Teluk Semangka, Situbondo, ke tujuan, yakni transit-transit terminal”. Arie juga mengakui bahwa saat ini masih banyak depot Pertamina yang mengalami kelangkaan kelangkaan pasokan BBM. “Hal tersebut kami antisipasi dengan menambah suplai stok BBM agar bisa naik, mencoba mencari alternatif pengapalan. Misalnya satu depot transit. Saat ini Pertamina mengoperasikan 106 depot, 7 transit terminal, serta 6 terminal utama yang *men-support* sekelilingnya”. Dia mengemukakan bahwa mengamankan posisi stok di terminal utama dan depot-depot utama tidak bisa sekaligus dilakukan. Dia mencontohkan hal tersebut juga pernah terjadi pada tahun 2000 lalu

yang mana pemenuhan stok premium juga memakan waktu lama. “Karena itu kami mematok angka bulan Juli untuk meningkatkan stok BBM bisa mencapai level aman”. Arie juga menjelaskan bahwa pembayaran subsidi yang dilakukan pemerintah menjadi penting karena menyangkut kemampuan Pertamina untuk meningkatkan posisi stok BBM. Di samping itu Pertamina sedang membenahi serta meningkatkan kemampuan dana dengan kredit-kredit lain sehingga kalau ada keterlambatan pembayaran hal tersebut bisa diantisipasi. “Sering terjadi jatuh temponya Jumat, namun baru masuk Senin. Jadi kami harus siap pendanaan untuk kasus-kasus yang terlihat remeh seperti itu”. (diolah dari Indo Pos Minggu 26 Juni 2005 hal 3)

Warga Kota Medan (Sumut) reash akibat langkanya premium. Mereka kesal karena beberapa SPBU di kota tersebut yang antara lain di Jalan Sisingamangaraja dan Jalan Patimurra kehabisan stok BBM jenis premium sejak Jumat 24 Juni 2005. Akibatnya sebagian SPBU seperti di jalan Sudirman dan Jalan Bakti dipenuhi antrean kendaraan masyarakat hingga menimbulkan kemacetan. Beberapa karyawan SPBU di Medan mengatakan bahwa kelangkaan BBM sebenarnya sudah berlangsung selama beberapa hari belakangan ini. Persoalan ini muncul karena persediaan BBM di SPBU mulai dikurangi. Di Makassar antrean kendaraan terjadi di hampir semua SPBU yang ada kota tersebut hingga Sabtu 25 Juni 2005 pagi. Hal itu disebabkan karena

keterlambatan distribusi dan gencarnya isu akan terjadinya kelangkaan premium. Keadaan yang sama juga terjadi di Bone, Bulukumba dan Sinjai. Menurut General Manager Pertamina UPMS VII Makassar, RA Syafruddin Wiradikusumah hal itu bukanlah kelangkaan melainkan hanya disebabkan karena adanya keterlambatan masuknya kapal yang mengangkut bahan bakar tersebut dari kilang minyak di Balikpapan ke pelabuhan Makassar. “Memang ada keterlambatan, tapi hari ini (Jumat 24 Juni 2005) kapal Oentari yang memuat premium itu dari Balikpapan sudah merapat ke Makassar”. Kapal Oentari Jumat 24 Juni 2005 tiba di Makassar dengan memuat 17.500 ton premium. (diolah dari Suara Pembaruan Sabtu 25 Juni 2005 hal 3)

Kelangkaan BBM jenis solar terjadi di Kupang (NTT). Delapan SPBU yang ada di Kupang kemarin (Jumat 24 Juni 2005) menunjukkan seluruh persediaan solar habis sekitar pukul 12.00 Wita. Padahal antrean kendaraan di setiap SPBU mencapai sekitar 200 meter. Kendaraan yang tidak mendapatkan solar terpaksa membeli di pedagang eceran dengan harga yang lebih tinggi. Di Pontianak selain solar, minyak tanah juga langka. Warga yang sejak tiga hari lalu menitipkan jeriken di pangkalan untuk diisi minyak tanah hingga kemarin (Jumat 24 Juni 2005) sebagian belum mendapat bagian tersebut. Kelangkaan ini menyebabkan harga melambung jauh diatas harga eceran tertinggi (HET) yang sedianya hanya Rp. 950 per liter

menjadi Rp. 1100 hingga Rp. 1300 per liter. Di Kalimantan Selatan kelangkaan minyak tanah menyebabkan terjadinya *panic buying*. Pada saat minyak tanah tersedia di pangkalan sebagian warga membeli dalam jumlah besar untuk persediaan. (diolah dari Media Indonesia Sabtu 25 Juni 2005 hal 18)

Kelangkaan BBM yang terjadi di Blitar dan Tulungagung (Jatim) yang terjadi semenjak dua pekan lalu menyebabkan kenaikan tarif angkutan umum hingga mencapai 25 persen. Harga beberapa kebutuhan pokok juga naik, Kenaikan tarif tidak resmi ini terjadi baik pada angkutan umum yang menggunakan solar maupun angkutan umum yang menggunakan premium. Angkutan yang menaikkan tarifnya tersebut antara lain bus, angkutan kota, angkutan pedesaan, dan ojek. Kenaikannya bervariasi antara 15 sampai 25 persen. Sebagai contoh penumpang angkutan pedesaan jurusan Kota Blitar – Ngunut, Tulungagung di Terminal Patria Kota Blitar kemarin (Minggu 25 Juni 2005) menyebutkan selama tiga hari terakhir ini mereka dipungut tarif angkutan Rp. 3500 per orang. Tarif ini naik sekitar 16 persen dari tarif sebelumnya sebesar Rp. 3000. Hal serupa juga terjadi pada angkudes jurusan Blitar – Bakung dengan jarak 30 km. Biasanya penumpang dikenai tarif Rp. 4000, kini menjadi Rp. 5000 atau naik sekitar 25 persen. Bahkan ada yang dipungut Rp. 6000. Di Banjarmasin (Kalsel) ribuan nelayan di Kotabaru berhenti melaut akibat kesulitan

mendapatkan solar untuk mengoperasikan perahu mereka. Beberapa nelayan bahkan mencoba mengoplos sisa solar dengan minyak tanah untuk dijadikan bahan bakar perahu. Hal serupa juga terjadi pada ratusan nelayan di Pelabuhan Karangantu, Kabupaten Serang, Banten. Sejak pekan lalu mereka terpaksa tidak melaut karena sulit mendapatkan solar. Mereka terpaksa harus mencari solar dari pengecer di Kota Serang dengan harga Rp. 2500 per liter. Padahal harga resminya Rp. 1800. (diolah dari Media Indonesia Senin 27 Juni 2005 hal 18)

#### **Rabu 29 Juni 2005**

Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral kemarin (Selasa 28 Juni 2005) mengatakan optimis pengadaan BBM dalam negeri akan aman meskipun harga minyak mentah dunia menembus angka 60 dollar AS. “Harga minyak memang naik berarti pendapatan ekspor migas juga naik. Dari simulasi yang dilakukan, sampai harga minyak yang cukup tinggi pun masih aman”. Dengan adanya kecenderungan harga minyak dunia yang terus naik menurut Purnomo wajar jika penyelundupan BBM semakin marak. “Dari dulu penyelundupan dan pengoplosan sudah ada, apalagi sekarang”. Terkait kelangkaan BBM minyak yang terjadi belakangan ini Purnomo mengatakan lebih disebabkan oleh masalah keuangan yang dialami Pertamina. “Jadi, Pertamina yang harus lebih cermat, mereka harus menyediakan modal kerja yang lebih

banyak karena ada rentang waktu antara penagihan oleh Pertamina dan pembayaran oleh pemerintah”. (diolah dari Kompas Rabu 29 Juni 2005 hal 22)

#### **Senin 4 Juli 2005**

Kelangkaan premium akhirnya sampai ke Jakarta setelah terjadi di beberapa daerah. Sejumlah SPBU di Jakarta dan sekitarnya mulai Sabtu 2 Juli 2005 malam hingga kemarin (Minggu 3 Juli 2005) terjadi antrean panjang. Bahkan sebagian SPBU tutup saat kehabisan premium. Antrean panjang itu terlihat antara lain di kawasan Rawamangun, Palmerah, Senayan, dan Kebayoran Baru. Kelangkaan tersebut tidak terjadi pada solar dan pertamax. Kepala Divisi BBM Pertamina Achmad Faisal mengatakan Pertamina memang mengurangi jatah premium untuk DKI karena permintaan sudah melampaui kuota yang ditetapkan dalam APBN 2005. Jika Pertamina tidak melakukan pengurangan, pendistribusian premium akan melampaui 30 persen dari kuota tahun 2005 yang hanya 15 juta kiloliter. “Sebenarnya Pertamina sudah meminta pimpinan unit pemasaran untuk menekan pendistribusian 10 persen setiap akhir pekan kalau memang permintaan sangat tinggi. Tetapi yang terjadi di Jakarta mungkin pengurangan hanya 5 persen saja”. Penjelasan senada juga Penjelasan senada juga dikemukakan oleh Kepala Humas Pertamina Unit Pemasaran III Mohammad Awi Adil. “Pengendalian distribusi itu mengakibatkan

premium di beberapa SPBU Jakarta dan sekitarnya kosong hari Sabtu dan Minggu. (diolah dari Kompas Senin 4 Juli 2005 hal 1)

Minggu 3 Juli 2005 sejumlah SPBU di Bandar Lampung dipenuhi antrean warga yang ingin membeli premium. Banyak warga yang mengeluh karena telah mengantre cukup lama. Keluhan mengenai kesulitan memperoleh BBM tersebut sudah terjadi sejak Rabu 29 Juni 2005. Saat itu sudah mulai terjadi antrean panjang pada sejumlah SPBU dan sebagian SPBU lain terpaksa harus tutup sebelum waktunya karena kehabisan persediaan BBM. (diolah dari Suara Karya Senin 4 Juli 2005 hal 13)

Persediaan solar dan Bensin di sejumlah SPBU di Jambi pada Minggu 3 Juli 2005 kosong. Akibatnya puluhan kendaraan antre menunggu datangnya pasokan dari Depot Pertamina Jambi. Antrean kendaraan tersebut sudah terjadi sejak Sabtu 2 Juli 2005 malam. (diolah dari Kompas Senin 4 Juli 2005 hal 28)

Minyak tanah mulai sulit diperoleh masyarakat di beberapa wilayah Kabupaten Majalengka (Jawa Barat). Kelangkaan tersebut diperkirakan disebabkan oleh adanya pembatasan waktu pengiriman dan pembelian untuk pengecer. Kesulitan memperoleh minyak tanah itu sudah terjadi sejak Jumat 1 Juli 2005 dimana di beberapa pengecer dan beberapa pangkalan minyak tanah kehabisan persediaan. Habisnya stok

dikarenakan tingginya permintaan dari pengecer dan konsumen. (diolah dari Pikiran Rakyat Senin 4 Juli 2005 hal 3)

Di Depo Pertamina Tanjung Perak Surabaya (Jatim) Sabtu 2 Juli 2005 terjadi antrean truk sepanjang tiga kilometer untuk diisi minyak tanah. Beberapa sopir mengatakan antrean sudah mulai terjadi sejak hari Kamis 30 Juni 2005 lalu. General Manager Pertamina Unit Pemasaran V Hariyoto Saleh mengatakan antrean terjadi karena tanker minyak tanah terlambat datang. Menurutnya masalah sudah teratasi dengan datangnya 20 ribu kiloliter minyak tanah Jumat 1 Juli 2005 malam. Minyak yang seharusnya datang Senin 27 Juni 2005 itu sudah dibongkar dan dimuat di Depo Pertamina Tanjung Perak. Hariyoto juga menjelaskan bahwa setelah terjadi kelangkaan memang membutuhkan waktu untuk *recovery*. Ia menjamin stok minyak tanah sebanyak itu mampu mencukupi kebutuhan minyak tanah di Jawa Timur selama lima hari ke depan. (diolah dari Kompas Senin 4 Juli 2005 hal 3)

#### **Selasa 5 Juli 2005**

Harian Kompas melansir pemberitaan mengenai masih belum lancarnya suplai BBM ke berbagai provinsi termasuk DKI menyebabkan terjadinya antrean kendaraan di berbagai SPBU, setidaknya di 13 provinsi. Provinsi yang terganggu suplainya antara lain NAD, Riau, Bangka Belitung, Bengkulu, Jambi, Sumatera Selatan, Lampung,