

PELAKSANAAN PERJANJIAN JUAL BELI PRODUK PETROKIMIA ANTARA PT PERTAMINA (PERSERO) DENGAN DISTRIBUTOR

Garin Purna Sanjaya
E-mail : garinsanjaya@gmail.com
Hakim Pengadilan Agama Polewali, Sulawesi

Article Information

Keywords : *Petrochemical Sale and Purchase Agreement; Implementation; The Obstacles; Solutions.*

Kata Kunci : Perjanjian Jual Beli Petrokimia; Pelaksanaan; Hambatan; Solusi.

Abstract

The purposes of this article are to determine the implementation of petrochemical product sale and purchase agreement between PT Pertamina (Persero) with the distributors, and to determine the obstacles and solutions regarding of petrochemical product sale and purchase agreement. This research uses descriptive empirical legal research methods. The results of this research shows the agreement had based on the Pedoman Pemasaran Produk Petrochemical Trading Nomor A-002/F00000/2016-S9 and had been implemented well with parties. The obstacles caused by government policies, the complexity of customs duty, and unstable of international oil prices. The solutions to resolve these obstacles with expanding international agreements in the economic sector, optimalize of Pertukaran Data Elektronik (PDE) system at custom duty, and selecting distributor then determining competitive prices.

Abstrak

Artikel ini mengkaji bagaimana pelaksanaan perjanjian jual beli produk petrokimia antara PT Pertamina (Persero) dengan distributor, serta mengetahui hambatan dan solusi dalam pelaksanaan perjanjian jual beli produk petrokimia. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian telah didasarkan pada Pedoman Pemasaran Produk *Petrochemical Trading* Nomor A-002/F00000/2016-S9 dan telah dilaksanakan dengan baik oleh para pihak. Hambatan perjanjian disebabkan oleh kebijakan pemerintah, pengurusan izin kepabeanan, dan harga minyak dunia yang tidak stabil. Solusi untuk terhadap hambatan dengan memperluas perjanjian internasional bidang ekonomi, mengoptimalkan penggunaan sistem Pertukaran Data Elektronik (PDE) dalam pengurusan kepabeanan dan memilih distributor secara selektif serta penentuan harga yang kompetitif.

A. Pendahuluan

Dewasa ini migas merupakan hal yang paling penting dan menjadi komoditas dunia. Oleh karena itu, kebijakan negara-negara yang kaya akan cadangan migas dipengaruhi oleh kebijakan pengelolaan migas itu sendiri (Zahra Ahmadi dan Vahidreza Mirabi, 2015:2). Walaupun Indonesia bukan negara yang berada dalam urutan atas sebagai produsen migas dalam beberapa tahun terakhir ini, tetapi berdasarkan APBN Tahun 2019, penerimaan negara bukan pajak dari migas adalah sebesar Rp159.778 Triliun atau sekitar 42% dari total penerimaan negara bukan pajak.

Dalam rangka meningkatkan peranan sektor migas dalam perekonomian Indonesia, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi (selanjutnya disebut UU Migas) menjadi landasan hukum penataan atas penyelenggaraan pembinaan, pengawasan, pengaturan, dan pelaksanaan dari kegiatan usaha minyak dan gas bumi di Indonesia, sehingga tercipta kegiatan usaha minyak dan gas bumi yang mandiri, transparan, berdaya saing, efisien dan berwawasan lingkungan, serta mendorong potensi dan berwawasan lingkungan (Annisa Purwatiningsih dan Masykur, 61:2012).

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Bumi dan Gas (selanjutnya disebut UU Migas) membagi kegiatan usaha minyak dan gas bumi menjadi 2 (dua) bagian yaitu Kegiatan Usaha Hulu dan Kegiatan Usaha Hilir. Kegiatan usaha hulu adalah kegiatan yang bertumpu pada eksplorasi dan eksploitasi. Kegiatan eksplorasi bertujuan memperoleh informasi mengenai kondisi geologi untuk menemukan dan memperoleh perkiraan cadangan minyak dan gas bumi didalamnya. Kegiatan eksploitasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan minyak dan gas bumi dari serangkaian kegiatan eksplorasi sebelumnya (Faizal Kurniawan, 2013: 472). Sedangkan kegiatan usaha hilir ialah kegiatan yang bertumpu pada usaha Pengolahan, Pengangkutan, Penyimpanan, dan/atau Niaga dari minyak dan gas bumi. Minyak bumi (*crude oil*) dapat digunakan sebagai bahan bakar setelah melalui proses penyulingan dan pengolahan.

PT Pertamina (Persero) adalah salah satu perusahaan di Indonesia yang memiliki izin dalam mengelola kegiatan usaha hilir migas. Dari sektor pemasaran, PT Pertamina (Persero) membagi bisnis hilirnya menjadi berbasis *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). Saat ini, cakupan yang luas dari bisnis B2B tidak dapat dibantahkan, hampir dua per tiga dari perdagangan dunia dihasilkan oleh aktivitas B2B (Wright dalam Hammoutene dan Zanoun, 2012: 4). Hal tersebut didasari dalam bisnis B2B, daya beli calon pelanggan lebih besar dan dapat diprediksi daripada bisnis B2C. Untuk itu, Direktorat Pemasaran Korporat yang menjalankan bisnis B2B, menjadi salah satu garda terdepan PT Pertamina (Persero) untuk mendukung keberlangsungan (*sustainability*) perusahaan. Salah satu produk yang diperdagangkan oleh Direktorat Pemasaran Korporat adalah produk dalam sektor industri petrokimia atau yang biasa disebut PT Pertamina (Persero) sebagai Produk *Petrochemical Trading*.

Penjualan produk petrokimia tidak selalu berjalan dengan lancar. Dalam perjanjian jual beli produk petrokimia, kompleksitas yang dihadapi cenderung lebih tinggi daripada perjanjian jual beli pada umumnya. Salah satu contoh dalam mekanisme pengangkutan produk petrokimia yang tidak bisa dilaksanakan sekali pengangkutan saja dan tidak dilaksanakan dalam waktu yang singkat. Hal itu didasari karena kegiatan jual beli produk petrokimia ini biasanya melibatkan perusahaan lintas negara. Permasalahan lainnya yaitu dalam klausula terkait estimasi penetapan harga produk yang akan dievaluasi dan ditinjau formulasi perhitungan secara sepihak oleh PT Pertamina (Persero) tanpa adanya kesepakatan para pihak. Kemudian dari segi bisnis, kegiatan B2B memiliki kompleksitas dalam hal pengambilan keputusan. Karena secara langsung maupun tidak langsung, pihak pembeli akan terlibat dan kemudian pihak PT Pertamina (Persero) harus berusaha menjalin hubungan (*relationship*) yang efektif. Menjaga hubungan antar pihak dalam bisnis merupakan hal yang penting untuk membina dan mempertahankan hubungan jangka panjang, sehingga tercipta keunggulan kompetitif yang berkesinambungan (*Sustainable Competitive Advantage*) (Audita Nuvriasari, 2012 :17).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini akan mengkaji mengenai pelaksanaan perjanjian jual beli produk petrokimia oleh PT Pertamina (Persero) dengan distributor dan apakah faktor- yang menjadi penghambat dan bagaimanakah solusi dalam pelaksanaan perjanjian jual beli produk petrokimia PT Pertamina (Persero) dengan distributor.

B. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *non* doktrinal yang juga disebut penelitian hukum empiris, yaitu penelitian yang berusaha mengidentifikasi hukum yang terdapat dalam masyarakat berdasarkan data riil yang terjadi di masyarakat (Soekanto, 2014:5). Dalam hal ini sifat empirisme ditunjukkan dengan perolehan data yang terkait dengan perjanjian jual beli produk petrokimia antara PT Pertamina (Persero) dengan distributor. Sifat penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif analitis. Sifat deskriptif analitis adalah penulis harus mampu memberikan gambaran dan penjelasan yang detail dan akurat dari data-data yang didapatkan oleh penulis di lapangan (Soekanto, 2014:10). Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan model interaktif menggunakan 3 (tiga) komponen yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Produk Petrokimia antara PT Pertamina (Persero) dengan Distributor

Untuk menganalisis sahnyanya perjanjian jual beli yang telah dilaksanakan para pihak, penulis akan menganalisis perjanjian berdasarkan Pedoman Pemasaran Produk *Petrochemical Trading* No. A-002/F00000/2016-S9 yang menjadi pedoman PT Pertamina (Persero) dalam melakukan penjualan produk petrokimia dan menjadi instrumen

pengawasan terhadap proses bisnis yang dijalankan, adapun hasil analisis dilampirkan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

No.	Syarat Perjanjian	Rumusan Dalam Kontrak
1.	<i>General Term & Condition</i> mengacu pedoman dari Fungsi Legal Counsel & Compliance PT Pertamina (Persero)	Dalam Kontrak Jual Beli Produk Green Coke No.SP-021/F20300/2019-S3 telah ditemukan paraf dari Fungsi Legal Counsel & Compliance PT Pertamina (Persero) pada pojok kanan bawah tiap halaman perjanjian. Hal itu menandakan bahwa perjanjian telah dianalisis dan disetujui oleh Fungsi Legal Counsel & Compliance PT Pertamina (Persero).
2.	Adanya Pola Operasional Pelayanan	Pola Operasional Pelayanan tercantum pada Lampiran B tentang Jumlah dan Jadwal Penyerahan/Pengambilan. Pola Operasional Pelayanan yang diatur antara lain tata cara penyerahan, korespondensi, nominasi kapal, <i>lay time</i> , <i>demmurage</i> , keselamatan kerja.
3.	Adanya <i>Term of Delivery</i>	<i>Term of Delivery</i> diatur pada Pasal 2 Lampiran B tentang Tata Cara Penyerahan. Tata cara penyerahan yang disepakati adalah secara FOB di Kilang RU II Dumai – Indonesia. Hak, risiko dan tanggung jawab atas jumlah dan mutu produk beralih dari PT Pertamina (Persero) kepada distributor pada saat produk berada pada ujung <i>belt conveyor</i> di dermaga pelabuhan muat Dumai.

4.	Sistem Pembayaran Produk	Sistem Pembayaran Produk diatur pada Pasal 2 Lampiran C tentang Tata Cara Pembayaran. Tata cara pembayaran yang disepakati adalah <i>Letter of Credit</i> yang dilakukan penagihan oleh pihak PT Pertamina (Persero) paling lambat 7 (tujuh) hari kerja setelah penyerahan produk.
5.	<i>Volume</i> Penjualan dan Wilayah Kerja	<i>Volume</i> Penjualan diatur pada Pasal 3 Lampiran B tentang Kualitas dan Jumlah. Volume produk yang dilakukan pengangkutan adalah 120.000 MT dengan toleransi $\pm 10\%$ untuk setiap pengapalan. Sedangkan wilayah kerja bagi distributor telah ditentukan dalam Surat Uji Coba Distributor dan Surat Pengangkutan Sebagai Ditributor Produk.

Tabel 1. Analisa Kontrak Berdasarkan Pedoman Pemasaran Produk *Petrochemical Trading* No. A-002/F00000/2016-S9

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa Kontrak Jual Beli Produk Green Coke No.SP-021/F20300/2019-S3 telah sesuai dengan Pedoman Pemasaran Produk *Petrochemical Trading* No. A-002/F00000/2016-S9.sebagai acuan dalam syarat sah suatu perjanjian.

Pelaksanaan perjanjian pada dasarnya selalu berupa pemenuhan kewajiban dan perolehan hak secara timbal balik antara para pihak. Jika kewajiban tidak dipenuhi maka akan mempengaruhi suatu perjanjian (Abdulkadir Muhammad, 2000:307). Hak dan kewajiban para pihak berdasarkan Kontrak Jual Beli Produk Green Coke No.SP-021/F20300/2019-S3, yaitu:

- a) Kewajiban PT Pertamina (Persero)
 - 1) Memenuhi seluruh kewajiban pajak yang timbul selama pelaksanaan kontrak.
 - 2) Menjual dan menyerahkan produk Green Coke sesuai dengan spesifikasi di Kilang *Refinery Unit* (RU) II Dumai – Indonesia.
 - 3) Memberitahukan kepada pihak distributor apabila terjadi keadaan kahar (*force majeure*) dalam pelaksanaan perjanjian.
 - 4) Membayar klaim *demmurage* untuk pemuatan produk Green Coke di demarga RU II Dumai yang melebihi *allowed time*.
- b) Hak PT Pertamina (Persero)
 - 1) Menerima pembayaran
 - 2) Menjual produk yang tidak diambil oleh distributor kepada pihak lain, dan apabila harga yang dijual lebih rendah maka selisih harga menjadi tanggungan distributor.
 - 3) Mengevaluasi formula harga jual apabila diperlukan.
- c) Kewajiban Distributor
 - 1) Membeli dan menerima produk Green Coke.
 - 2) Mengambil produk sesuai dengan jadwal yang telah disepakati para pihak sesuai ketentuan dalam kontrak dan membayar ganti rugi kepada PT Pertamina (Persero) jika terjadi kegagalan pengambilan produk.
 - 3) Melakukan pembayaran atas produk yang telah diserahkan dan membayar denda apabila hingga tanggal jatuh tempo belum melakukan pembayaran, dengan menggunakan/menerbitkan *Letter of Credit* (L/C).
 - 4) Memberitahukan kepada pihak PT Pertamina (Persero) apabila terjadi keadaan kahar (*force majeure*) dalam pelaksanaan perjanjian.
 - 5) Menjual produk Green Coke yang dibeli di luar wilayah Indonesia.

- 6) Menyediakan sarana transportasi untuk pengangkutan produk Green Coke sesuai standar keselamatan fasilitas PT Pertamina (Persero).
- d) Hak Distributor
- 1) Menerima produk Green Coke sesuai spesifikasi yang disepakati.
 - 2) Meminta perubahan jadwal pengapalan produk Green Coke yang telah disepakati maksimum 1 (satu) kali.

Berdasarkan hasil pengkajian, para pihak telah memenuhi hak dan kewajiban para pihak sesuai dengan apa yang telah disepakati para pihak. Hal ini didasari karena para pihak merupakan perusahaan besar yang telah mengedepankan asas itikad baik (*good faith*) dalam perancangan dan pelaksanaan perjanjian, serta kegiatan teknis dalam pelaksanaan perjanjian merupakan kebiasaan-kebiasaan perdagangan internasional yang sudah sering dilaksanakan oleh para pihak (hasil wawancara dengan ibu Rizka Idzhar pada hari Jumat tanggal 17 Juli 2020).

2. Faktor Penghambat dan Solusi Dalam Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Produk Petrokimia

- a. Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Produk Petrokimia
 - 1) Kebijakan Pemerintah
 - a) Kebijakan Pemerintah Indonesia

Kebijakan pemerintah terutama bidang ekspor dan impor berperan dalam penjualan petrokimia karena kegiatan penjualan petrokimia tidak bisa terlepas dari kegiatan ekspor dan impor. Dalam ekspor, kegiatan penjualan yang dilakukan PT Pertamina (Persero) mengalami hambatan apabila kebijakan negara menetapkan pajak dan bea keluar produk petrokimia yang besar karena akan berdampak langsung terhadap penentuan harga jual produk petrokimia. Sedangkan dalam aspek impor akan berpengaruh kepada kegiatan

produksi petrokimia yang akan berpengaruh pula dalam harga jual produk petrokimia tersebut. Karena beberapa produk petrokimia memerlukan bahan lain yang kemungkinan tidak dimiliki atau tidak diproduksi oleh Kilang PT Pertamina (Persero) sendiri.

b) Kebijakan Pemerintah Luar Negeri

Selain dari kebijakan negara produsen migas, kebijakan beberapa negara terkait penggunaan produk yang ramah lingkungan juga berpengaruh kepada penjualan produk petrokimia. Karena produk yang membutuhkan petrokimia seperti plastik merupakan produk yang tidak ramah lingkungan, sehingga oleh beberapa negara internasional dikurangi tingkat permintannya (hasil wawancara dengan bapak Dimas Eka Yuniar Rusli pada hari Selasa tanggal 26 Mei 2020 pukul 08.17 WIB).

2) Hambatan Dalam Sistem Pengurusan Kepabeanaan

Hambatan dalam sistem pengurusan kepabeanaan disebabkan oleh eksportir perihal kecepatan dan ketepatan pengiriman dokumen yang diperlukan untuk mengurus izin kepabeanaan serta ketepatan dalam hal isi dokumen tersebut.

Hambatan yang disebabkan oleh sarana prasarana yang digunakan untuk melakukan pengurusan kepabeanaan karena belum optimalnya penggunaan sistem Pertukaran Data Elektronik (PDE) pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai. Terhadap kantor yang sekarang sudah menggunakan PDE terkadang masih terkendala down server, sehingga lambat ketika akan diakses dan/atau tidak dapat diakses sama sekali.

3) Harga Minyak Dunia Yang Fluktuatif

Petrokimia adalah produk turunan dari migas, sehingga harga minyak dunia tentu akan mempengaruhi biaya produksi yang menjadi komponen utama penentuan harga jual produk Petrokimia.

Apabila harga minyak mentah tinggi, maka biaya produksi produk petrokimia akan menjadi tinggi juga. Ketika hal tersebut terjadi, maka timbul beberapa efek domino yaitu: jumlah peserta *tender* yang sedikit dan terjadi kegagalan pengambilan produk (hasil wawancara dengan Bapak Waljiyanto pada hari Senin tanggal 29 Juni 2020 pukul 16.11 WIB).

b. Solusi Dalam Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Produk Petrokimia

1) Solusi Terhadap Faktor Penghambat Berupa Kebijakan Pemerintah dengan Memperluas Perjanjian Internasional Bidang Perekonomian

Kegiatan jual beli produk petrokimia sering dilakukan dengan perusahaan yang berasal dari luar negeri, maka kerja sama bidang perekonomian antar negara yang terlibat akan memberi manfaat bagi pihak penjual dan pembeli. Saat ini, Indonesia telah melakukan perjanjian perdagangan bebas (Free Trade Agreement) dengan beberapa negara. Sebagai contoh dalam hasil penelitian dampak perjanjian IJEPA terhadap kinerja perdagangan, menunjukkan bahwa kerjasama IJEPA memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan ekspor migas dan non migas. Sehingga dalam rangka pembukaan akses pasar, Indonesia harus secara aktif dan intensif melakukan pendekatan hubungan bilateral antara Indonesia-Jepang (Septika Tri Ardiyanti, 2015:149).

2) Solusi Terhadap Faktor Penghambat Dalam Sistem Pengurusan Kepabeanan

Solusi atas faktor yang berasal dari Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai dengan melakukan optimalisasi penggunaan PDE. PDE mewujudkan pelayanan yang efektif dan efisien, namun pelaksanaannya terkadang website server lambat ketika diakses bahkan tidak dapat diakses sama sekali (down server). Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dapat melakukan

peningkatan dan perawatan server dengan lebih baik, serta melakukan pemantauan terhadap server. Sehingga bila terkendala dalam pengaksesan server, dapat diatasi dengan segera dan diminimalisir.

3) Solusi Terhadap Faktor Penghambat Berupa Harga Minyak Mentah Dunia Yang Fluktuatif

a) Pemilihan Distributor Secara Selektif dan Menjaga Hubungan Baik Dengan Distributor

Syarat utama bagi distributor yang akan menjadi peserta *tender* di PT Pertamina (Persero) adalah sudah terdaftar dalam Daftar Mitra Usaha Terseleksi (DMUT). DMUT merupakan *screening* yang dilakukan oleh pihak PT Pertamina (Persero) agar calon peserta *tender* terjamin dari sisi kemampuan finansial, operasional dan rekam jejak perusahaan tersebut.

Kemudian menjaga hubungan baik dengan pembeli adalah dengan menerapkan strategi promosi *below the line*. Promosi *below the line* adalah cara promosi menggunakan media yang langsung bersentuhan dengan pelanggan. Bentuk promosi *below the line* yang dilakukan antara lain program diskon, event/gathering/pameran, workshop, in house training.

b) Strategi Penetapan Harga yang Kompetitif

Penentuan harga setiap produk petrokimia mempunyai cara penghitungan yang berbeda-beda. Harga penjualan produk petrokimia disusun dalam bentuk formulasi harga dengan mempertimbangkan faktor makro ekonomi dan faktor internal perusahaan.

D. Simpulan

1. Pelaksanaan perjanjian jual beli produk petrokimia antara PT Pertamina (Persero) dengan distributor telah dilaksanakan sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Perjanjian yang dibentuk telah memenuhi syarat dalam Pedoman Pemasaran Produk Petrochemical Trading Nomor A-002/F00000/2016-S9.
2. Faktor Penghambat dalam pelaksanaan adalah kebijakan negara baik nasional maupun internasional, sistem dalam pengurusan kepabeanan, dan kestabilan harga migas dunia. Solusi yang dilakukan adalah dengan memperluas perjanjian internasional bidang ekonomi, melakukan peningkatan dan perawatan *server* PDE, dan pemilihan distributor secara selektif serta melakukan strategi penetapan harga yang kompetitif.

E. Saran

1. Kepada Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, sebaiknya melakukan optimalisasi terhadap penggunaan sistem Pertukaran Data Elektronik (PDE) di seluruh kantor kepabeanan di Indonesia supaya tidak terjadi *server down* yang akan menghambat kegiatan pertukaran data dokumen ekspor.
2. Kepada Pemerintah Indonesia dalam ini Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, sebaiknya aktif dalam mengadakan perjanjian internasional terutama kepada negara yang menjadi konsumen produk petrokimia Indonesia agar meningkatkan daya saing harga produk petrokimia Indonesia di pasar internasional.

F. Daftar Pustaka

Buku

- Abdul Kadir Muhammad. 2000. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indo Press.

Jurnal

- Ali Hammoutene dan Abderahmane Zanoun. 2016. "Purchasing Marketing In The Oil And Gas Industry: The case of Sonatrach Joint Venture". *The Commercial Sciences Review. Vol 2*.
- Audita Nuvriasari. 2012. "Mengelola Hubungan Dengan Pelanggan Pada Praktik Pemasaran *Business to Business* (B2B) Dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas". *Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen Vol. 13 No. 1*, Juni 2012. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Faizal Kurniawan. 2013. "Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Kekayaan Minyak dan Gas Bumi Sebagai Aset Negara Melalui Instrumen Kontrak". *Jurnal Hukum dan Peradilan Vol. 2 No. 3*, November 2013. Jakarta: Mahkamah Agung RI.
- Septika Tri Ardiyanti. 2015. "Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia-Jepang (IJEPA) Terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral". *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan Vol. 9 No. 2*, Desember 2015. Jakarta: Kementerian Perdagangan Indonesia.
- Zahra Ahmadi dan Vahidreza Mirabi. 2015. "The Study of The Brand Building Strategies in The Oil Industry and Related Industries". *Global Journal of Bussiness Research: Economics and Commerce Vol 15. Issue 3*. United States of America.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi

Pedoman Pemasaran Produk Petrochemical Trading Nomor A-002/F00000/2016-S9.

Wawancara

Wawancara dengan Waljiyanto, Vice President Strategic Marketing PT Pertamina (Persero)

Wawancara dengan Dimas Eka Yuniar Rusli, Asisten Manager Petrochemical Trading PT Pertamina (Persero)

Wawancara dengan Rizka Idzhar, Staff Fungsi Trading PT Pertamina (Persero)