



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kondisi pasar cukup berpotensi untuk mendatangkan pendapatan bagi para pebisnis. Baik perusahaan swasta maupun BUMN juga merasakan dampak yang sama dengan banyaknya masyarakat yang sudah mengalami peningkatan kemampuan untuk mengonsumsi berbagai produk maupun jasa. Naiknya pendapatan per kapita dari masyarakat Indonesia sendiri yang menyebabkan taraf hidup sebagian besar masyarakat Indonesia sudah mulai meningkat. Daya beli pun otomatis juga meningkat dan dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah kepemilikan kendaraan bermotor yang sangat signifikan dari waktu ke waktu. Fenomena tersebut disebut juga fenomena konsumen 3000 dimana saat ini menurut buku yang berjudul "*Consumer 3000*" karya Yuswohady, menyebutkan *Gross Domestic Product* (GDP) per kapita (nominal) Indonesia pada tahun 2011 menembus angka US \$3000 yang menandakan Indonesia bukan lagi negara berkembang dan sudah selangkah menuju negara maju.

Dengan fakta seperti diatas semakin menguatkan bahwa masyarakat Indonesia akan mempunyai cukup modal dan juga daya beli yang cukup tinggi. Dengan daya beli yang semakin tinggi, maka konsumen akan semakin kritis dan pintar dalam memilih suatu produk.

Suatu hal yang cukup menggembirakan bagi para pebisnis retail di Indonesia.. Dengan semakin pintar dan menguatnya daya beli di pihak konsumen, sehingga produsen harus memiliki *differentiation* untuk memenangkan pasar. Termasuk juga Pertamina sebagai BUMN yang menyediakan bahan bakar untuk

kendaraan bermotor di Indonesia. Seperti kita ketahui realita yang terjadi di kehidupan kita saat ini, kemacetan terjadi dimana-mana baik di daerah perkotaan maupun wilayah pendukung lain juga sudah mulai padat kendaraan bermotor.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 2008-2012

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2008	7.489.852	2.059.187	4.452.343	47.683.681	61 685 063
2009	7 910 407	2 160 973	4 452 343	52.767.093	67 336 644
2010	8 891 041	2 250 109	4 687 789	61.078.188	76 907 127
2011	9 548 866	2 254 406	4 958 738	68.839.341	85 601 351
2012	10.432.259	2 273 821	5 286 061	76 381 183	94 373 324

Sumber : www.bps.go.id dari Kantor Kepolisian Republik Indonesia

Dari tabel diatas diperoleh informasi statistik terakhir pada tahun 2012 jika dijumlahkan kendaraan bermotor hampir berjumlah 94 juta kendaraan. Sampai saat ini pasti sudah mengalami kenaikan yang cukup signifikan dengan perkiraan kenaikan 10% setiap tahunnya untuk jumlah kendaraan bermotor. Semua jenis kendaraan bermotor pasti akan membutuhkan bahan bakar untuk mengoperasikannya. Sehingga sebenarnya kebutuhan minyak untuk bahan bakar kendaraan sangatlah tinggi bagi Indonesia.

PT Pertamina (PERSERO) adalah suatu retail milik Negara (BUMN-Badan Usaha Milik Negara) yang memiliki peran untuk menyalurkan bahan bakar kendaraan bermotor bagi masyarakat Indonesia. Mulai dari mengimpor bahan baku minyak, mengolah, hingga mendistribusikan ke seluruh daerah di Indonesia adalah tanggung jawab dari PT Pertamina. Berdiri sejak awal masa setelah kemerdekaan

sekitar tahun 1950an, awalnya bukan dengan nama Pertamina namun dengan nama PERMINA. Status hukum juga sempat berubah, diawali dengan PT yang kemudian pada tahun 1960 menjadi PN dan kemudian kembali menjadi PT hingga sekarang. Menurut website resmi Pertamina, Pada 17 September 2003 Pertamina berubah bentuk menjadi PT Pertamina (Persero) berdasarkan PP No. 31/2003. Undang-Undang tersebut antara lain juga mengharuskan pemisahan antara regulator dan pelaksana kegiatan sesuai dengan Undang-Undang No 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi (UU Migas). Jadi dengan adanya kebijakan yang baru tersebut Pertamina murni hanya bertugas untuk menyalurkan bahan bakar minyak yang telah diolah untuk dapat dijadikan bahan bakar bagi kendaraan bermotor. Sampai saat ini UU tersebut juga masih menjadi kontroversi dimana adanya tuntutan untuk direvisi dimana harus ada ketegasan untuk mengatur tentang kepastian entitas Satuan Kerja Khusus (SKK) Migas sebagai BUMN atau opsi lainnya sebagai otoritas hulu migas.

Pertamina memiliki visi untuk menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia. Sementara misinya dengan menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat. Dengan beberapa prinsip tersebut menegaskan bahwa Pertamina sangat ingin setara kualitasnya dengan perusahaan energi dari negara lain yang berkualitas tinggi serta menjadi pilihan utama sebagai bahan bakar kendaraan bermotor di rumah sendiri, yaitu Indonesia.

Saat ini Pertamina dibawah kepemimpinan Direktur Utama ibu Ir. Galaila Karen Agustiawan. Tentunya juga saat ini masih dibawah koordinasi dari menteri BUMN yaitu Prof. Dr.(H.C.) Dahlan Iskan. Berbagai pembenahan memang terlihat

secara jelas saat ini di internal Pertamina untuk dapat bersaing dengan para kompetitor sejenis yang sudah mulai mengomersilkan bahan bakar kendaraan bermotor di Indonesia. Mulai dari kualitas pelayanan dari para pegawai, hingga sistem operasional yang sudah mulai ditingkatkan, sehingga diharapkan konsumen merasa Pertamina juga memiliki standar internasional yang baik. Dengan perbaikan seperti itu, kepuasan pelanggan dapat tercipta dari berbagai sistem serta pelayanan terbaik yang diberikan oleh Pertamina.

Memang diakui Pertamina masih memimpin pasar terutama di daerah-daerah yang belum memiliki pesaing selain stasiun pengisian milik Pertamina. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar untuk Umum) merupakan prasarana umum yang disediakan oleh PT. Pertamina untuk masyarakat luas guna memenuhi kebutuhan bahan bakar. Pada umumnya SPBU menjual bahan bakar sejenis premium, solar, pertamax dan pertamax plus.

SPBU yang dimiliki sepenuhnya oleh PT Pertamina retail dinamakan dengan SPBU COCO (*Company Operation Company Owner*), dimana SPBU tersebut dimiliki dan dikelola oleh pemerintah secara langsung. Beberapa stasiun memang bukan milik Pertamina, ada beberapa investor ataupun pengusaha yang ingin membantu Pertamina dalam menyalurkan bahan bakar di beberapa tempat, umumnya di daerah-daerah. Kerja sama ini dinamakan dengan CODO (*Company Operation Dealer Owner*) dimana SPBU milik swasta atau perorangan namun tetap bekerja sama dengan PT Pertamina Retail dalam hal manajemen. Ada juga bentuk DODO (*Dealer Operation Dealer Owner*), SPBU ini sepenuhnya dimiliki oleh swasta atau perorangan dan segala hal mengenai manajemen perusahaan dikelola oleh perorangan atau badan usaha itu sendiri. Jadi Pertamina hanya bertugas

memasok berbagai bahan bakar dan mensosialisasikan standard operasional dari Pertamina untuk kemudian operasional setiap harinya dilakukan oleh para badan usaha yang mendirikan SPBU.

Berbagai syarat maupun fasilitas harus dipenuhi oleh investor ketika akan membuat kerjasama dengan Pertamina, seperti pengadaan pegawai yang baik, lahan yang memenuhi standar aturan, fasilitas umum yang memadai, akses transportasi dan faktor-faktor lainnya. Beberapa investor swasta pun juga berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas dari setiap stasiun pengisian bahan bakar, seperti jumlah toilet yang banyak, adanya minimarket, ataupun juga dengan mendirikan pusat perbelanjaan kecil di dalam SPBU, seperti yang terjadi di Rest Area Tol JAGORAWI. Kerjasama ini akan menguntungkan untuk kedua belah pihak, mengingat BBM dari Pertamina saat ini hampir menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan pokok yang cukup kritis bagi masyarakat terutama yang menggunakan kendaraan pribadi.

Sekitar 10 tahun yang lalu Pertamina masih memonopoli bahan bakar kendaraan bermotor mengingat belum ada pesaing produk sejenis yang ada di Indonesia. Di seluruh daerah di Indonesia sudah tersebar stasiun-stasiun pengisian bahan bakar milik Pertamina. Namun sekitar 3-4 tahun terakhir, dengan dimulainya perdagangan bebas di Indonesia sudah ada sekitar 3 tambahan pesaing dari negara lain yang masuk ke Indonesia antara lain Shell, Total, dan Petronas. Dengan kata lain, Pertamina harus memiliki sesuatu yang cukup bisa membuat konsumen tetap memilih Pertamina sebagai pilihan mereka mengisi bahan bakar kendaraan bermotor.

Kepala BPH Migas Andy Noorsaman Someng di situs <http://finance.detik.com/> menyebutkan bahwa Pertamina mengoperasikan 5027 SPBU yang tersebar di seluruh bagian Indonesia dan di tahun 2014 ini akan menjadi 5500 SPBU Pertamina yang berdiri baik itu milik pemerintah maupun badan usaha atau swasta. Banyak inovasi yang sebenarnya sudah dilakukan oleh Pertamina untuk tetap menjadi pilihan utama konsumen Indonesia untuk membeli bahan bakar kendaraan bermotor, seperti peningkatan kualitas dari setiap terminal pengisiannya, meningkatkan standar operasional dari setiap cabang dan juga mulai membuka cabang dengan teknologi *self service* (SST) di beberapa SPBU. Hal ini suatu terobosan yang sebenarnya cukup baik walaupun memang Indonesia cukup terlambat mengadopsinya, contohnya di Australia sudah diterapkan sejak tahun 1988. Dengan konsep seperti itu maka akan tercipta efisiensi dari pengurangan pegawai yang biasanya ada di setiap terminal pengisian. Pengisian Bahan Bakar Minyak (BBM) melalui SPBU SST ini dilakukan dengan membayar kepada operator sesuai dengan nominal yang kita inginkan serta jenis bahan bakar apa yang akan kita gunakan lalu kita akan mendapat *voucher barcode* untuk di scan. Jika transaksi diterima, BBM akan mengalir dari *nozzle* (*corong*) ke tangki kendaraan dengan kita sendiri yang mengoperasikannya.

Sistem seperti itu akan meningkatkan efisiensi dan meminimalisir kecurangan yang bisa saja dilakukan petugas pengisian maupun oleh konsumen. Salah satu alasan penetapan sistem baru ini juga karena memang selama ini banyak operator pengisian yang menyetorkan uang tidak sesuai dengan pembelian dan juga dengan adanya keluhan konsumen mengenai kecurangan petugas pengisian

yang sering memainkan *nozzle* untuk mengurangi jumlah bahan bakar yang masuk ke kendaraan.

Dengan adanya SST ini maka pembayaran serta jumlah bahan bakar yang dibeli pun akan tepat dan akurat. Sebenarnya sistem seperti ini bukanlah sistem yang cukup baru, di luar negeri sudah cukup lama digunakan. Namun baru beberapa tahun kebelakang, Pertamina mengadopsi sistem teknologi baru tersebut untuk diimplementasikan di Indonesia. Situs website Pertamina retail menyebutkan SPBU *Self Service* pertama di Indonesia, yakni SPBU COCO Mini Azalea, Cikarang. Menurut pengamatan penulis sendiri sampai penelitian ini dibuat, di wilayah tangerang ada 2 SPBU yang sudah menggunakan SST tersebut di wilayah Gading Serpong dan di wilayah Perumahan Citra Raya, Cikupa, Tangerang.

Dalam penelitian oleh Meuter et al (2000), sejumlah manfaat adanya teknologi SST dapat dikaitkan dengan aspek personal kontrol (misalnya kemudahan penggunaan, kapan akan digunakan, di mana dibutuhkan dan lain-lain). Penyedia layanan dapat mengambil beberapa langkah untuk meningkatkan rasa ketertarikan konsumen atas inovasi layanan baru tersebut, yang kemungkinan akan terjadi peningkatan jumlah konsumen yang dapat memanfaatkan teknologi tersebut dan memahaminya dengan cepat.

Suatu kebiasaan yang sudah berlangsung lama tentu akan menimbulkan masalah jika kebiasaan tersebut diubah untuk mengadopsi suatu teknologi baru. Kebiasaan untuk dilayani oleh operator membuat teknologi SST ini juga menimbulkan kontroversi, karena tidak banyak masyarakat atau konsumen yang

mampu menggunakan dan mengerti cara mengoperasikan teknologi baru tersebut. Untuk beberapa orang, teknologi memang sangat membantu dan juga sangat bisa membuat hidup menjadi lebih mudah. Namun untuk mayoritas masyarakat yang sudah berumur dan juga memiliki tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi, maka teknologi justru sulit untuk dimengerti maupun diterapkan. Hal tersebut juga menjadi tugas dari Pertamina untuk mensosialisasikan sistem baru tersebut. Tidak mudah untuk mensosialisasikan kepada masyarakat untuk merubah kebiasaan dan dilayani menjadi mengoperasikan stasiun pengisian tersebut secara mandiri. Apalagi mayoritas masyarakat Indonesia yang sejauh ini masih ingin merasa dilayani dalam berbagai hal. Terutama bagi pengendara yang malas turun dari kendaraan, apalagi harus menuangkan bahan bakar sendiri ke dalam kendaraannya. Tentu hal tersebut merupakan kebiasaan yang cukup berat untuk diubah menjadi suatu kebiasaan baru yang mandiri dengan menggunakan SST. Hal tersebut didukung banyaknya pemberitaan melalui artikel yang menunjukkan respon negatif terhadap adanya SST, seperti artikel yang terlampir di halaman lampiran 1 dalam penelitian ini.

Perlu adanya pendekatan serta sosialisasi yang lebih dekat kepada para konsumen untuk menjelaskan bagaimana langkah-langkah untuk mengisi bensin di stasiun pengisian tersebut. Tidak semua konsumen mampu dan mau untuk mencoba suatu teknologi yang baru. Dari segi konsumen juga banyak faktor yang dapat mempengaruhi seberapa mudah masyarakat tersebut dapat mengadopsi dan melakukan sistem baru tersebut. Mulai dari faktor usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan akan cukup mempengaruhi bagaimana seseorang akan mudah mengadopsi suatu teknologi baru tersebut termasuk untuk melakukan layanan

mandiri di SPBU Pertamina. Beberapa orang akan takut dan cemas untuk mencoba suatu hal yang baru, seperti SST di SPBU Pertamina ini. Oleh karena itu dalam penelitian saya kali ini, saya akan mencoba mengetahui apakah ada hubungan faktor demografi, sikap dari konsumen dan niat untuk penggunaan SST tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Saat suatu terobosan baru diterapkan, seperti SST di SPBU Pertamina ini, seharusnya Pertamina memiliki strategi yang tepat dalam mengkomunikasikan serta mensosialisasikan hal baru tersebut sehingga konsumen mau dan tidak merasa canggung saat menggunakannya. Bukan suatu hal yang murah untuk berinvestasi dan mengimplementasikan teknologi baru tersebut dan diharapkan tentunya inovasi tersebut dapat memberikan keuntungan yang lebih bagi perusahaan. Untuk dapat mengimplementasikan inovasi tersebut dengan baik, dalam penelitian ini dianalisa lebih lanjut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan SST.

Faktor-faktor yang diduga memiliki hubungan atau pengaruh untuk memiliki niat menggunakan *Self Service Technology* (SST) dalam penelitian ini terdiri dari faktor demografi, yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan, dan juga ada faktor sikap konsumen yang terdiri dari kecemasan akan teknologi, kebutuhan akan interaksi, dan juga kebutuhan akan inovasi teknologi yang diduga dapat berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk memiliki niat menggunakan SST tersebut.

Berdasarkan model yang ada, maka dapat dirumuskan beberapa masalah antara lain:

- 1) Apakah ada pengaruh antara faktor demografi dan sikap konsumen?
- 2) Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan *Self Service Technology*?

1.3 Pembatasan Masalah

Dikarenakan ruang lingkup penelitian yang terlalu besar, maka dilakukan pembatasan penelitian dengan tujuan agar pembahasan masalah dapat lebih terperinci dan akurat. Dalam penelitian ini, pembatasan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan hanya terbatas pada variabel faktor demografi yang terdiri dari gender, umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan sikap konsumen yang terdiri dari kecemasan teknologi, kebutuhan interaksi, dan juga kebutuhan akan teknologi inovasi untuk diteliti apakah berpengaruh terhadap niat untuk pemakaian *Self Service Technology (SST)* di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Pertamina.
2. SPBU Pertamina yang sudah mengimplementasikan SST dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan sesuai dengan topik yang dipilih untuk meneliti niat menggunakan SST tersebut dari sisi konsumen. Untuk SPBU Pertamina yang menggunakan SST ini di tahun 2014 hanya terbatas di kawasan Jabodetabek.
3. Penelitian ini mengacu pada penelitian dalam jurnal "*The influence of consumer traits and demographics on intention to use retail self-service checkouts*", yang ditulis oleh Hyun Joo Lee, Hyeon Jeong Cho, Wenwen Xu, dan Ann Fairhurst pada tahun 2010.

4. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara *offline* dan *online*. Mayoritas data dalam penelitian ini diperoleh dari *offline*, dikarenakan secara online banyak responden yang belum pernah menggunakan SST karena domisili yang beragam terutama diluar Jabodetabek. Periode pengumpulan responden kurang lebih 1 bulan pada bulan Mei 2014.
5. Penelitian ini menggunakan program *SPSS for Windows 16* untuk melakukan berbagai uji statistika yang diperlukan dalam penelitian ini, sehingga hasil pengolahan data dan juga hasil uji-uji yang dilakukan semua merupakan *output* dari program statistik tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel faktor demografi dengan variabel sikap konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel sikap konsumen terhadap variabel niat penggunaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu menganalisa apakah faktor demografi berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk menggunakan SST yang berguna untuk perusahaan sebagai strategi dalam manajemen operasi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi.

1.5.2 Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat membantu perusahaan khususnya Pertamina dalam menentukan strategi yang tepat untuk menerapkan suatu teknologi baru yaitu SST di tengah-tengah konsumen dengan berbagai demografi dan juga sikap konsumen yang berbeda masing-masing individu. Respon yang muncul tentu akan beragam dan diharapkan dapat memberikan suatu gambaran bagi perusahaan untuk terus melakukan yang terbaik dan dapat memuaskan konsumen. Terutama untuk karakteristik konsumen dengan ciri tertentu yang membutuhkan perlakuan khusus dikarenakan keterbatasan karakteristik konsumen tersebut itu sendiri.

Dengan penelitian ini kiranya bermanfaat juga untuk Pertamina mengetahui sikap konsumen saat akan mengadopsi teknologi SST tersebut dan juga langkah-langkah yang tepat untuk membuat teknologi tersebut diterima di masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami isi tulisan penulis dan penulisan, maka dilakukan penulisan sistematika dengan pembagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan berbagai teori yang dijadikan sebagai landasan dan acuan dalam penyusunan penelitian dan juga penjelasan dari masing-masing variabel baik yang dependen maupun independen, model dan hipotesis yang akan diterapkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data, definisi konseptual dan operasional dari masing-masing variabel, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta alat analisis lain yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai analisis data serta pemecahan masalah dari data yang telah berhasil dikumpulkan, hasil dari pengolahan data melalui kuesioner, di mana pengolahan dan perhitungannya dilakukan dengan menggunakan uji beda t-test, uji anova dan uji linear berganda.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang telah berhasil didapatkan dari hasil pembahasan setelah dilakukan analisis dan pembahasan serta diberikan saran-saran yang dapat menjadi masukan dan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan.