

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT. Pertamina

Dengan pengalaman lebih dari 59 tahun, Pertamina semakin percaya diri untuk berkomitmen menjalankan kegiatan bisnisnya secara profesional dan penguasaan teknis yang tinggi mulai dari kegiatan hulu sampai hilir. Berorientasi pada kepentingan pelanggan juga merupakan suatu hal yang menjadi komitmen Pertamina, agar dapat berperan dalam memberikan nilai tambah bagi kemajuan dan kesejahteraan bangsa Indonesia.

Upaya perbaikan dan inovasi sesuai tuntutan kondisi global merupakan salah satu komitmen Pertamina dalam setiap kiprahnya menjalankan peran strategis dalam perekonomian nasional. Semangat terbarukan yang dicanangkan saat ini merupakan salah satu bukti komitmen Pertamina dalam menciptakan alternatif baru dalam penyediaan sumber energi yang lebih efisien dan berkelanjutan serta berwawasan lingkungan. Dengan inisiatif dalam memanfaatkan sumber daya dan potensi yang dimiliki untuk mendapatkan sumber energi baru dan terbarukan di samping bisnis utama yang saat ini dijalankannya, Pertamina bergerak maju dengan mantap untuk mewujudkan visi perusahaan, Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia.



GAMBAR 1.1

Logo PT. Pertamina

Sumber : <http://www.pertamina.com/>

Mendukung visi tersebut, Pertamina menetapkan strategi jangka panjang perusahaan, yaitu “*Aggressive in Upstream, Profitable in Downstream*”, dimana Perusahaan berupaya untuk melakukan ekspansi bisnis hulu dan menjadikan bisnis sektor hilir migas menjadi lebih efisien dan menguntungkan. Pertamina menggunakan landasan yang kokoh dalam melaksanakan kiprahnya untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dengan menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang sesuai dengan standar *global best practice*, serta dengan mengusung tata nilai korporat yang telah dimiliki dan dipahami oleh seluruh unsur perusahaan, yaitu *Clean, Competitive, Confident, Customer-focused, Commercial dan Capable*. Seiring dengan itu Pertamina juga senantiasa menjalankan program sosial dan lingkungannya secara terprogram dan terstruktur, sebagai perwujudan dari kepedulian serta tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh *stakeholder-nya*.

Sejak didirikan pada 10 Desember 1957, Pertamina menyelenggarakan usaha minyak dan gas bumi di sektor hulu hingga hilir. Bisnis sektor hulu Pertamina yang dilaksanakan di beberapa wilayah di Indonesia dan luar negeri meliputi kegiatan di bidang-bidang eksplorasi, produksi, serta transmisi minyak dan gas. Untuk mendukung kegiatan eksplorasi dan produksi tersebut, Pertamina juga menekuni bisnis jasa teknologi dan pengeboran, serta aktivitas lainnya yang terdiri atas pengembangan energi panas bumi dan *Coal Bed Methane (CBM)*. Dalam pengusahaan migas baik di dalam dan luar negeri, Pertamina beroperasi baik secara independen maupun melalui beberapa pola kerja sama dengan mitra kerja yaitu Kerja Sama Operasi (KSO), *Joint Operation Body (JOB)*, *Technical Assistance Contract (TAC)*, *Indonesia Participating/ Pertamina Participating Interest (IP/PPI)*, dan Badan Operasi Bersama (BOB).

Aktivitas eksplorasi dan produksi panas bumi oleh Pertamina sepenuhnya dilakukan di dalam negeri dan ditujukan untuk mendukung program pemerintah menyediakan 10.000 Mega Watt (MW) listrik tahap kedua. Di samping itu Pertamina mengembangkan CBM atau juga dikenal dengan gas metana batubara (GMB) dalam

rangka mendukung program diversifikasi sumber energi serta peningkatan pasokan gas nasional pemerintah. Potensi cadangan gas metana Indonesia yang besar dikelola secara serius yang dimana saat ini Pertamina telah memiliki 6 *Production Sharing Contract* (PSC)-CBM. Sektor hilir Pertamina meliputi kegiatan pengolahan minyak mentah, pemasaran dan niaga produk hasil minyak, gas dan petrokimia, dan bisnis perkapalan terkait untuk pendistribusian produk Perusahaan. Kegiatan pengolahan terdiri dari: RU II (Dumai), RU III (Plaju), RU IV (Cilacap), RU V (Balikpapan), RU VI (Balongan) dan RU VII (Sorong). Selanjutnya, Pertamina juga mengoperasikan Unit Kilang LNG Arun (Aceh) dan Unit Kilang LNG Bontang (Kalimantan Timur). Sedangkan produk yang dihasilkan meliputi bahan bakar minyak (BBM) seperti premium, minyak tanah, minyak solar, minyak diesel, minyak bakar dan Non BBM seperti pelumas, aspal, *Liquefied Petroleum Gas* (LPG), *Musicool*, serta *Liquefied Natural Gas* (LNG), *Paraxylene*, *Propylene*, *Polytam*, PTA dan produk lainnya. (PERTAMINA, 2012)

1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan.

a. Visi

Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia.

b. Misi

Menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat

c. Tujuan

1. Mengusahakan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan Perseroan secara efektif dan efisien.
2. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

1.1.3 Produk Pertamina

Pertamax adalah bahan bakar minyak andalan Pertamina. Pertamina, seperti halnya Premium, adalah produk BBM dari pengolahan minyak bumi. Pertamina dihasilkan dengan penambahan zat aditif dalam proses pengolahannya di kilang minyak. Pertamina pertama kali diluncurkan pada tanggal 10 Desember 1999 sebagai pengganti Premium 1994 dan Super TT 1998 karena unsur MTBE yang berbahaya bagi lingkungan. Selain itu, Pertamina memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan Premium. Pertamina direkomendasikan untuk kendaraan yang memiliki kompresi 9,1-10,1, terutama yang telah menggunakan teknologi setara dengan *Electronic Fuel Injection* (EFI) dan *catalytic converters* (pengubah katalitik).

1. Keunggulan Pertamina

- a) Bebas timbal.
- b) Oktan atau *Research Octane Number* (RON) yang lebih tinggi dari Premium, dan Peralite.
- c) Karena memiliki oktan tinggi, maka Pertamina bisa menerima tekanan pada mesin berkompresi tinggi, sehingga dapat bekerja dengan optimal pada gerakan piston. Hasilnya, tenaga mesin yang menggunakan Pertamina lebih maksimal, karena BBM digunakan secara optimal. Sedangkan pada mesin yang menggunakan Premium, BBM terbakar dan meledak, tidak sesuai dengan gerakan piston. Gejala inilah yang dikenal dengan '*knocking*' atau mesin 'ngelitik'.

1.2 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mempunyai jumlah penduduk terbesar ke 4 (sumber *CIA World Factbook* tahun 2015), dari tahun ke tahun pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat, khususnya di Jawa Barat ada 46.497.175 jiwa dan untuk di Bandung sebesar 2.483.977 jiwa (PENDUDUK, 2011). Hal ini berbanding lurus dengan meningkatnya jumlah kebutuhannya, terlebih pada

kebutuhan akan kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi masyarakat. Pertumbuhan kendaraan ini sangatlah pesat, baik roda dua maupun roda empat. Data Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat, jumlah kendaraan yang masih beroperasi di seluruh Indonesia pada 2013 mencapai 104,211 juta unit, naik 11 persen dari tahun sebelumnya (2012) yang cuma 94,299 juta unit. (sumber data korps lalu lintas polri). “Jumlah sepeda motor 86,253 juta unit dan mobil dengan 10,54 juta unit di seluruh Indonesia” jelas Kepala Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia, Inspektur Jenderal Polisi Pudji Hartanto, di Sunter, Jakarta Utara, Selasa (15/4/2014). (Tribunnews.com, 2014)

Jumlah kendaraan yang semakin meningkat ini berpengaruh terhadap konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) yang juga semakin meningkat. Fenomena ini menjadikan BBM sebagai salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat yang tidak bisa ditinggalkan, terlebih bagi masyarakat yang memiliki lebih dari satu kendaraan. Pemerintah Indonesia yang salah satunya melalui Pertamina telah menyediakan dua alternatif pilihan BBM untuk digunakan, yakni yang subsidi dan yang non subsidi. Namun, karena harga yang lebih murah, BBM bersubsidi cenderung lebih dipilih sebagian besar masyarakat guna menghemat pengeluaran. Hal ini tentunya menjadi masalah bagi pemerintah karena jumlah penggunaan BBM bersubsidi juga semakin meningkat sehingga pengeluaran pemerintah dalam rangka memberikan subsidi juga sangatlah besar. Pada segi kualitas sendiri, BBM non subsidi memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan BBM bersubsidi. Menurut Tri Yuswidjanto, Dosen Teknik Mesin ITB yang juga menjadi tim peneliti Peralite sebelum diluncurkan, sebenarnya spesifikasi RON 90 sudah ada sejak lama, dan harus memenuhi beberapa kriteria. ”Spek sudah jadi keputusan teknis, harus diikuti. Premium adalah bahan bakar yang tidak ada aditif. Sementara Peralite ada aditif khusus, yang tentu tidak secanggih dan serumit pada Pertamax maupun Pertamax Plus,” kata Yus seperti diberitakan KompasOtomotif, Jumat (24/7/2015) (Kompas.com, 2015).

Pertamax merupakan bahan bakar ramah lingkungan (unleaded) dan beroktan tinggi. Formula barunya yang terbuat dari bahan baku berkualitas tinggi memastikan mesin kendaraan bermotor anda bekerja dengan lebih baik, lebih bertenaga, “*knock free*”, rendah emisi, dan memungkinkan dapat menghemat pemakaian bahan bakar. Bahan bakar ini dianjurkan untuk kendaraan yang diproduksi diatas tahun 1990 terutama yang telah menggunakan teknologi setara dengan *electronic fuel injection* dan Berdasarkan informasi tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas Pertamax lebih baik dibandingkan dengan Premium dan Peralite.

Berdasarkan informasi tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas Pertamax lebih baik dibandingkan dengan Premium dan Peralite. Pertamax juga merupakan bahan bakar yang ramah lingkungan sehingga sangat sesuai digunakan pada era globalisasi seperti saat ini yang mulai ada pencemaran lingkungan dari gas yang dihasilkan oleh kendaraan yang mengandung timbal dan beroktan rendah. Masalah lingkungan kerap kali terdengar seperti pemanasan global, penipisan lapisan ozon, efek rumah kaca, dan lain sebagainya. Apabila hal ini tidak segera diatasi, permasalahan tersebut akan bertambah seiring berjalannya waktu.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana pelaksanaan *strategy green product* (pertamax) PT Pertamina.?
- 2) Bagaimana minat beli konsumen PT. Pertamina?
- 3) Seberapa besar pengaruh *green product* (pertamax) terhadap minat beli konsumen PT. Pertamina?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pelaksanaan *green product* (pertamax) PT. Pertamina.
- 2) Untuk mengetahui minat beli PT. Pertamina.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green product* (pertamax) terhadap minat beli konsumen PT. Pertamina.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan studi empiris yang membahas tentang pengaruh pengetahuan lingkungan dan sikap konsumen pada lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan Pertamax.

1.5.2 Aspek Praktisi

- 1) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan berharga bagi Pemerintah untuk mengetahui strategi dalam rangka mengurangi subsidi BBM.

- 2) Bagi Perusahaan

Membantu manajemen Pertamina untuk mengembangkan strategi yang tepat guna meningkatkan penjualan Pertamax dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

- 3) Bagi Penulis

Sebagai sarana menambah informasi dan ilmu pengetahuan, terutama di bidang perilaku konsumen.

1.6 Sitematika Penulisan

Gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan disajikan dalam suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang di bahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika penulisan penelitian disajikan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN.

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.