

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jakarta mempunyai kedudukan khas, baik sebagai ibukota negara maupun ibukota daerah. Sebagai salah satu kota terpadat, Jakarta memiliki banyak permasalahan didalamnya mulai dari masalah lingkungan seperti banjir, masalah tata kota, sampah, masalah transportasi publik dan kemacetan. Masalah kemacetan yang terjadi di Jakarta akibat jumlah volume kendaraan yang tidak seimbang ruas jalan yang tersedia. Banyaknya volume kendaraan mengakibatkan kemacetan di Jakarta. Setiap tahun pertumbuhan kendaraan di Jakarta semakin meningkat, menyebabkan kemacetan dan mengakibatkan borosnya bahan bakar yang digunakan.

Bahan bakar minyak (BBM) sangat berpengaruh bagi masyarakat luas, tak dapat dipungkiri di era yang semakin modern dan maju seperti sekarang ini kita masih saja terjebak pada ketergantungan akan energi fosil yang satu ini. BBM sangat dibutuhkan masyarakat dan disisi lain dapat membuat masyarakat yang membutuhkannya kebingungan, karena harga BBM yang tidak stabil dan dapat melonjak naik sewaktu-waktu, belum lagi naiknya harga sembako, ongkos transportasi, dan tarif dasar listrik yang mana semuanya merupakan motor penggerak kehidupan masyarakat. BBM juga digunakan kendaraan bermotor untuk menjalankannya. Sebab itu sering kali masyarakat mengeluh soal kemacetan yang mengakibatkan borosnya bahan bakar yang digunakannya.

PT. Pertamina merupakan perusahaan BUMN yang bersifat monopoli karena merupakan satu-satunya perusahaan yang mengelola SPBU di Indonesia. Pertamina memproduksi produk Bahan Bakar Minyak seperti: Minyak Bensin, Minyak Tanah, Minyak Solar, Minyak Diesel, kemudian Minyak Bakar Khusus Aviation Gasoline (BBM pesawat udara), Aviation Turbine Fuel (BBM pesawat udara ber-turbin), Bio Pertamax, Bio Solar, Pertamax, Pertamax Plus, Pertamina Dex, Pertamax Racing, Premium. Kemudian Bahan Bakar Subsidi yaitu terdiri dari Bahan Bakar Bio Solar dan Premium dan yang terakhir adalah produk non BBM yaitu, Aspal, Pelumas (Lube Base Oil), Pelarut (Solvent).

PT. Pertamina meluncurkan produk baru yang di rilis pada bulan Mei tahun 2015 lalu yaitu produk BBM jenis Peralite. Produk bahan bakar minyak ini merupakan bahan bakar minyak jenis baru. Peralite adalah merupakan Bahan bakar minyak (BBM) jenis baru yang diproduksi Pertamina, jika dibandingkan dengan premium Peralite memiliki kualitas bahan bakar lebih sebab memiliki kadar *Research Octan Number* (RON) 90, di atas Premium, yang hanya RON 88.

Peralite, Bahan Bakar Terbaru Pertamina

Spesifikasi Peralite*	
Kadar oktan	: 90-91
Kandungan sulfur maksimal	: 0,05% m/m (setara dengan 500 ppm)
Kandungan timbel	: tidak ada
Kandungan logam	: tidak ada
Residu maksimal	: 2,0%
Berat jenis	: maksimal 770 kg/m ³ , minimal 715 kg/m ³ (pada suhu 15 derajat celsius)
Warna	: hijau
Penampakan visual	: jernih dan terang

Keterangan:
Berdasarkan
Keputusan Dirjen
Migas No
813.K/10/DJ.M.T/2013 tentang
Standar dan Mutu
Bahan Bakar
Bensin 90 yang
Dipasukan di
Dalam Negeri

Keunggulan

- Tidak menimbulkan kotoran/kerak pada mesin
- Ramah lingkungan
- Pembakaran lebih optimal
- Bahan aditif dan pewarna berkualitas lebih baik daripada premium
- Mesin lebih bertenaga dan halus

Sumber: PT. Pertamina (Persero) 2015

Sumber: PT. Pertamina (persero), 2015

Gambar 1.1
Peralite Bahan Bakar Terbaru Pertamina

Berdasarkan gambar diatas Peralite memiliki kadar oktan 90-91 yang sangat jelas berada diatas premium yaitu oktan 88. Mengandung kandunga Sulfar maksimal 0,05% m/m (setara dengan 500 ppm). Peralite juga tidak mengandung timbal dan logam sehingga aman bagi mesin kendaraan. Untuk tampilan visual Peralite berwarna hijau serta jernih dan terang. Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) pada (Yuni,2015), Sudirman Said, Peralite merupakan produk yang lebih bersih dan ramah terhadap lingkungan. Kualitas dari Peralite yang lebih bagus. serta diproduksi untuk cocok dengan segala jenis kendaraan.

Peralite bahan bakar yang di gadang-gadang akan menjadi pengganti daripada bahan bakar jenis premium, mengusung konsep bahan bakar yang lebih berkualitas. Berdasarkan pantauan (Nugroho, 2015), terlihat beberapa warga yang urung membeli bahan bakar tersebut. Penuturan salah satu pengendara yang ada di salah satu SPBU. “banyak pengendara yang mau beli bensin tapi tidak jadi, karena tidak tahu jenis bahan bakar tersebut”. Kutipan berita tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bahan bakar tersebut masih rendah.

Apakah yang diberitahukan dari pihak pertamina itu betul atau tidak memiliki oktan 90, karena masyarakat beranggapan ini serupa dengan premium. Selain persepsi kepercayaan konsumen, harga juga dilihat konsumen untuk membeli atau tidak. Harga Peralite saat ini adalah Rp 7.350 per liter harga yang tidak terlalu mahal. Namun harga pertamax 92 memiliki harga Rp 8.050 per liter yang tidak jauh berbeda dengan Peralite sehingga konsumen lebih membeli pertamax92 dibanding dengan Peralite.

PERTAMINA
Kantor Pemasaran BBM Darat Region IV
Jalan Pemuda 114 Semarang 50132 PO Box 1137
Telp: (061) 564 5341 (di Luar) P. 467 24.366 7982
www.pertamina.com

**HARGA JUAL BBM UMUM
PER LITER DI SPBU**

SESUAI SURAT KEPUTUSAN DIREKTUR PEMASARAN PT. PERTAMINA (PERSERO)
NOMOR Kpts-002/F00000/2017-S3 TANGGAL 04 JANUARI 2017
TMT. 05 JANUARI 2017 JAM 00:00 WIB

PREMIUM	= Rp.	6.550 ,-
PERTALITE	= Rp.	7.350 ,-
PERTAMAX	= Rp.	8.050 ,-
PERTAMAX TURBO	= Rp.	9.100 ,-
DEXLITE	= Rp.	7.200 ,-
PERTAMINA DEX CURAH	= Rp.	8.500 ,-

Sumber: pertamina.com, 2017

GAMBAR 1.2
Harga Jual BBM Umum Per Liter Di SPBU

Seperti pada gambar di menunjukkan harga Pertalite dengan pertamax tidak beda jauh selisih harganya, ini menimbulkan konsumen kembali memikirkan apakah untuk membeli Pertalite atau tidak. Sehingga ini merupakan masalah yang sering terjadi timbul akibat konsumen yang selalu beranjak ke pertamax.



Sumber: katadata.co.id, 2015

GAMBAR 1.3
Untung Rugi Pakai Peralite

Gambar di atas menunjukkan kualitas produk Peralite masih jauh dari pertamax, dapat dilihat dari jarak tempuh per 1 liter Peralite hanya 11,6km sedangkan pertamax 12,5km. memang kualitas Peralite masih diatas premium

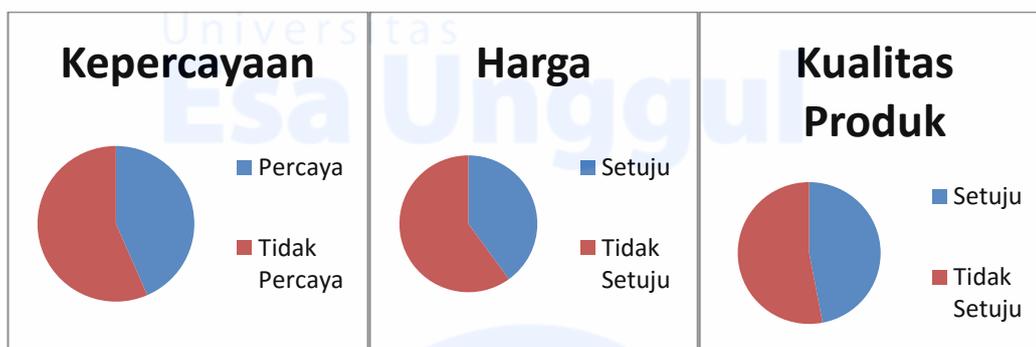
tetapi, rasio kompresi mesin pertalite masih dibawah pertamax dengan nilai rasio 9-10 sedangkan pertamax 10-11 ini membuktikan akselerasi kendaran lebih cepat memakai Pertalite. Kualitas produk yang ditawarkan pertamina untuk BBM jenis Pertalite ini juga tidak mendukung bagi beberapa kendaraan. Seperti yang dilansir (Rushans,2015) Meski menjanjikan kualitas bensin yang lebih baik, sayangnya produk dengan RON 90 itu dianggap tak memenuhi persyaratan kualitas untuk kendaraan bermotor yang ada di Indonesia.

Berdasarkan spesifikasi mesin, Ahmad Safrudin, Direktur Eksekutif Komite Penghapusan Bensin Bertimbel, menjelaskan, sepeda motor dan mobil umumnya memiliki compression ratio (CR) minimal 9:1. Lebih lanjut, ia mencontohkan sepeda motor Honda Scoopy punya kompresi rasio 9,5:1, mobil LCGC dan MPV kelas 1.500 cc ke bawah rata-rata kompresinya 10:1. Bahkan, beberapa mobil menengah seperti Mazda punya kompresi yang terbilang tinggi, yakni 13:1. Praktis, katanya, kendaraan yang punya kompresi 9:1 saja, harus mengonsumsi BBM dengan RON mimal 92. Tentu dengan kompresi yang makin tinggi, yaitu 10:1 ke atas idealnya menenggak bensin minimal RON 95.

Beliau menambahkan keterangannya "Jika dipaksakan dengan bensin yang tidak sesuai RON *requirement*-nya, kendaraan akan ngelitik (*knocking*)". Kutipan tersebut menandakan bahwa kualitas BBM Pertalite ini masih tidak memenuhi persyaratan kendaraan yang ada Indonesia. Sehingga para konsumen menjadi ragu untuk memutuskan membeli atau tidak. Dalam penelitian ini, juga diadakan pra survei pada tanggal 21-23 Januari 2017 dengan tujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap keputusan pembelian khusus pada masyarakat Puri

Kembangan yang memakai BBM Pertalite. Kuesioner tersebut memuat pertanyaan mengenai kepercayaan, harga dan kualitas produk pada BBM Pertalite.

Adapun hasil pra survei disajikan gambar sebagai berikut :



Sumber : Data diolah peneliti, 2017

Gambar 1.4
Hasil Pra Survey

Dari gambar 1.4 dapat dilihat bahwa hasil dari pra survei mengenai variabel kepercayaan menunjukkan bahwa sebanyak 13 konsumen di Puri Kembangan (43 %) menjawab percaya mengenai pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan kepercayaan mereka terhadap BBM Pertalite, sedangkan sisanya sebanyak 17 konsumen di Puri Kembangan (56 %) menjawab tidak percaya. Untuk pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan harga terhadap BBM Pertalite dimana didapat hasil sebanyak 12 konsumen di Puri Kembangan (40 %) menjawab setuju sedangkan selebihnya sebanyak 18 konsumen di Puri Kembangan (60 %) menjawab tidak setuju. Mengenai variabel kualitas produk menunjukkan bahwa sebanyak 14 konsumen di Puri Kembangan (47 %) menjawab setuju mengenai pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan kualitas produk yang ditawarkan BBM Pertalite, sedangkan sisanya sebanyak 16 konsumen di Puri Kembangan (53 %) menjawab tidak setuju. Hasil pra survei yang dilakukan pada konsumen di

Puri Kembangan ini sejalan dengan penilaian masyarakat Indonesia terhadap BBM Pertalite yang baru diliris tahun 2015 ini mengalami hasil yang kurang baik dilihat dari sisi kepercayaan, harga dan kualitas produk yang ditawarkan BBM Pertalite.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Pertalite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM Pertalite DiWilayah Puri Kembangan)”**.

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Indonesia belum sepenuhnya percaya terhadap BBM Pertalite sehingga tingkat keputusan pembelian masih jauh yang diharapkan.
2. Harga yang tidak jauh berbeda dengan Pertamina, sehingga calon konsumen ragu-ragu dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Kualitas produk yang tidak memenuhi persyaratan bagi mesin kendaraan mengakibatkan konsumen beralih ke BBM yang sesuai dengan mesin kendaraannya.

1.2.2. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan hanya bagi pengguna BBM jenis Pertalite di Puri Kembangan.

2. Fokus penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3), dan Keputusan Pembelian (Y).

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian BBM Peralite ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian BBM Peralite ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian BBM Peralite ?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian BBM Peralite ?
5. Apakah variabel kepercayaan merupakan faktor dominan terhadap keputusan pembelian BBM Peralite ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian BBM Peralite.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian BBM Peralite.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian BBM Peralite.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian BBM Peralite.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara dominan terhadap keputusan pembelian.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1.5.1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh kepercayaan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian BBM jenis Pertalite.

1.5.2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi atau tambahan bacaan khusus untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang selanjutnya dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan PT.PERTAMINA (persero) dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan atau pembuatan kebijakan dan sebagai informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.