

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Perusahaan PT. PERTAMINA**

Dengan pengalaman lebih dari 56 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 ditanamkan 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. 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.

*Sumber:* www.pertamina.com

### **1.1.2 Visi dan Misi PT. Pertamina**

- 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.

Untuk mewujudkan Visi Perseroan sebagai perusahaan kelas dunia, maka Perseroan sebagai perusahaan milik Negara turut melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, terutama di bidang penyelenggaraan usaha energi, yaitu energi baru dan terbarukan, minyak dan gas bumi baik di dalam maupun di luar negeri serta kegiatan lain yang terkait atau menunjang kegiatan usaha di bidang energi, yaitu energi baru dan terbarukan, minyak dan gas bumi tersebut serta pengembangan optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perseroan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat serta mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas. Misi Perseroan menjalankan usaha inti minyak, gas, bahan bakar nabati serta kegiatan pengembangan, eksplorasi, produksi dan niaga energi baru dan terbarukan (*new and renewable energy*) secara terintegrasi.

### **1.1.3 Tata Nilai Perusahaan**

Pertamina menetapkan enam tata nilai perusahaan yang dapat menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan perusahaan. Keenam tata nilai perusahaan Pertamina adalah sebagai berikut:

1. *Clean* (bersih)  
Dikelola secara profesional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.
2. *Competitive* (kompetitif)  
Mampu berkompetisi dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.
3. *Confident* (percaya diri)  
Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, menjadi pelopor dalam reformasi BUMN, dan membangun kebanggaan bangsa.
4. *Customer Focus* (fokus pada pelanggan)  
Berorientasi pada kepentingan pelanggan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.
5. *Comercial* (komersial)  
Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sehat.
6. *Capable* (berkemampuan)  
Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

#### **1.1.4 Produk Peralite**

Varian bahan bakar terbaru Pertamina yang telah hadir di 34 Kota/Kabupaten. Memiliki level research octane number (RON) 90, Peralite membuat pembakaran pada mesin kendaraan dengan teknologi terkini lebih baik dibandingkan dengan Premium yang memiliki *research octane number* (RON) terendah di antara BBM untuk kendaraan bermotor lainnya, yakni hanya 88. Peralite sesuai untuk digunakan kendaraan bermotor roda dua hingga kendaraan *multi purpose vehicle* ukuran menengah.

## 1. Keunggulan Pertalite

Pertalite dapat dikategorikan sebagai bahan bakar yang memenuhi syarat dasar *durability* / ketahanan, dimana bahan bakar ini tidak akan menimbulkan gangguan serta kerusakan mesin, karena kandungan oktan 90 lebih sesuai dengan perbandingan kompresi kebanyakan kendaraan bermotor yang beredar di Indonesia. Kandungan aditif detergent, anti korosi, dan pembentukan deposit didalam mesin.

- a. (*Fuel Economy*) Kesesuaian Oktan 90 Pertalite dengan perbandingan kompresi kebanyakan kendaraan beroperasi sesuai dengan rancangannya. Perbandingan Air Fuel Ratio yang lebih tinggi dengan konsumsi bahan bakar menjadikan kinerja mesin lebih optimal dan efisien untuk menempuh jarak lebih jauh karena biaya operasi bahan bakar dalam Rp/Km akan lebih hemat.
- b. (*Performance*) Kesesuaian angka Oktan Pertalite dan aditif yang dikandungnya dengan spesifikasi mesin akan menghasilkan performa mesin yang jauh lebih baik dibandingkan dengan menggunakan Oktan 88. Hasilnya adalah tarikan lebih enteng, kecepatan yang lebih tinggi serta emisi gas buang yang lebih bersih. Hal ini akan menjadikan kendaraan lebih lincah dalam bermanuver serta lebih rama lingkungan.

### 1.2 Latar Belakang Masalah

Pemanasan global (*global warming*) pada saat ini menjadi bahan perbincangan yang cukup marak terdengar, pemanasan global berdampak buruk bagi lingkungan, diantaranya adalah kebakaran hutan, meningkatnya suhu bumi, permukaan air laut yang semakin tinggi dan menipisnya lapisan ozon. Pemanasan global juga diakibatkan dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya, khususnya di Jawa Barat ada 46.497.175 juta jiwa dan untuk di Bandung sebesar 2.536.649 juta jiwa (PENDUDUK, 2011). Hal ini pun berbanding lurus kebutuhan akan kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi yang digunakan masyarakat. 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. "Dari jumlah itu, populasi terbanyak masih disumbang oleh sepeda motor dengan jumlah 86,253 juta unit di seluruh Indonesia, naik 11 persen dari tahun sebelumnya 77,755 juta unit," 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)

Semakin meningkatnya kendaraan bermotor setiap tahunnya yang menyebabkan polusi udara pun semakin meningkat, polusi udara yang dapat membahayakan kesehatan manusia, hewan, dan tumbuhan, mengganggu estetika dan kenyamanan. Salah satu studi data yang dipaparkan oleh Pengkajian Ozon dan Polusi Udara Lembaga Penerbangan dan Antariksa Nasional (Lapan), Jawa Barat menduduki peringkat polusi udara tertinggi di Indonesia. Sumbangan terbesar pencemaran udara di Indonesia adalah emisi gas buang dari kendaraan bermotor, yaitu sebesar 4.327 atau sekitar 85%, sedangkan jika di totalkan keseluruhan dari sabang sampai merauke mencapai angka sebesar 63.841. Hal tersebut diakibatkan karena meningkatnya jumlah kendaraan bermotor dan perawatan kendaraan yang tidak memadai. Selain itu kebakaran hutan dan perindustrian yang semakin banyak menambah angka tingkat polusi udara.

Kerusakan yang semakin parah mendorong kepedulian masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungannya. Kerusakan lingkungan ini direspon oleh perusahaan-perusahaan yang inovatif dengan memperkenalkan konsep bisnis yang disebut dengan istilah *green marketing*. PT. Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan penghasil Bahan Bakar Minyak (BBM) yang menerapkan *green marketing*. PT. Pertamina melakukan suatu gerakan untuk memaksimalkan penggunaan BBM dengan cara memproduksi BBM yang lebih irit, aman, dan juga ramah bagi lingkungan. Produk tersebut adalah Peralite, *research octane number* (RON) 90 membuat pembakaran pada mesin kendaraan dengan teknologi terkini lebih baik dibandingkan dengan Premium yang memiliki RON 88. Kelebihan dari

Pertalite diantaranya adalah memiliki kadar oktan lebih tinggi dari premium lebih bersih, dengan demikian mesin kendaraan menjadi awet dan pembakaran sempurna sehingga gas buang yang dihasilkan lebih rendah dan ramah lingkungan. Respon positif dari konsumen Pertalite daerah di Indonesia juga diberikan oleh konsumen Pertamina. Pertalite juga sudah dilengkapi dengan zat aditif yang memiliki fungsi *detergency*. Dengan adanya aditif ini, maka kebersihan *intake valve* dan ruang bakar mesin akan lebih terjaga meskipun efek *detergency* lebih baik lagi bisa didapat dari jenis BBM Pertamina Series. Di sisi lain, dengan harga yang cukup terjangkau pada tahun 2016 yaitu Rp. 7.100/ liter, Pertalite tentu juga cocok dengan kantong konsumen BBM di Indonesia. “Intinya Pertalite cocok untuk konsumen yang ingin tarikan mesinnya ringan, bayarnya ringan, dan mampu melaju lebih jauh. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian tentang Pengaruh Green Product Pertalite Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Konsumen PT. Pertamina di Bandung Tahun 2016)

Menurut (*Sumber: <https://lewatmana.com/>*) jumlah SPBU Pertamina yang ada dikota bandung adalah sebanyak 101 Stasiun Pengisian Bahan Bakar. Untuk SPBU yang menyediakan pertalite ialah sebanyak 34 SPBU yang berada dikota Bandung dan daerah Kabupaten Bandung.

*Sumber: (Pertamina.com)*

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, dapatlah dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi *green product* (pertalite) yang dilakukan oleh PT. Pertamina ?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen PT. Pertamina ?
3. Seberapa besar pengaruh *Green Product* (pertalite) terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Pertamina ?

#### **1.4 Tujuan Observasi**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi *green product* (pertalite) yang dilakukan oleh PT. Pertamina ?
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen PT. Pertamina ?
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *Green Product* (pertalite) terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Pertamina ?

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **a. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh kepedulian terhadap lingkungan dengan keputusan membeli konsumen terhadap suatu produk. Selain itu memberi kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

##### **b. Kegunaan Praktis**

Kegunaan Praktis dipraktekkan dan bahan pertimbangan bagi praktisi dan perusahaan yang akan mengambil kebijakan sistem manajemen lingkungan dan *green marketing* sebagai strategi pertumbuhan korporasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitan, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan metode analisis data yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang analisis tersebut.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.