

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP LAYANAN
SPBU PASTI PAS DI KOTA PALEMBANG



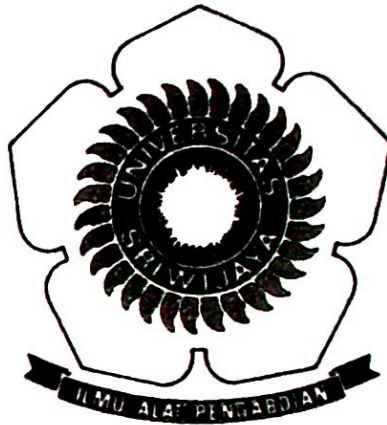
Skripsi Oleh:
JOKO PITOYO
NIM 01053110080

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
2009

658.834 307
Pit
a
e-071283
2009

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP E-LAYANAN
SPBU PASTI PAS DI KOTA PALEMBANG**



**Skripsi Oleh:
JOKO PITOYO
NIM 01053110080**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
2009**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : JOKO PITOYO
NIM : 01053110080
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP LAYANAN
SPBU PASTI PAS DI KOTA PALEMBANG.**

PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal: 12 Agustus 2009

Ketua :



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM.

NIP: 131474902

Tanggal: 12 Agustus 2009

Anggota :



Aslamia Rosa, SE, M. Si.

NIP: 132083431

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : JOKO PITOYO
NIM : 01053110080
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP
LAYANAN SPBU PASTI PAS DI KOTA
PALEMBANG.

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 5 Agustus 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 5 Agustus 2009

Ketua,



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP : 131474902

Anggota,



Drs. Supardi A Bakri, MPA
NIP : 130687187


Anggota,



Dr. Hj Zunaidah, M.Si
NIP : 132002545

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manejemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP : 131474902

☞ **Sesungguhnya keadaan-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah berkata kepadanya: "Jadilah" Maka terjadilah ia.**

(QS. Yasin: 82)

Kupersembahkan Kepada :

- ☞ **Ayah dan Ibu Tercinta**
- ☞ **Kakak dan Adikku**
- ☞ **Saudara dan Keluargaku**

Terkasih

- ☞ **Sahabat-sahabat Terbaikku**
- ☞ **Para Guru dan Dosenku**
- ☞ **Almamaterku, FE UNSRI**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, karena atas izin-Nya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas Di Kota Palembang**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I. Pendahuluan, Bab II. Tinjauan Pustaka, Bab III. Metode Penelitian, Bab IV. Gambaran Umum Perusahaan, Bab V. Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang diperoleh melalui kuesioner, wawancara dan observasi serta data sekunder perusahaan yang diperoleh melalui sumber informasi internal perusahaan dan akses melalui internet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen SPBU Pasti Pas di Kota Palembang memiliki sikap positif yang menyatakan menarik dan setuju terhadap semua atribut yang terdapat pada komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif pada layanan SPBU Pasti Pas. Faktor sikap yang dianggap paling menarik oleh konsumen pada layanan SPBU Pasti Pas ialah kualitas BBM yang terjamin mutunya.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan layanan SPBU Pasti Pas serta sebagai bahan masukan akademis bagi penelitian manajemen pemasaran.

Inderalaya, Agustus 2009
Penulis,

Joko Pitoyo

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas Di Kota Palembang” sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. H. Syamsurijal, AK, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, selaku Pembimbing Akademik dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Aslamia Rosa, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Orang tuaku yang tercinta “Suradi dan Sriwiyani” (hanya sujud syukur yang dapat kupanjatkan karena memiliki kalian yang selalu menjaga dan mengasihiku dalam setiap do’a dan upaya) serta kedua saudaraku

“Budi Setiawan dan Adi Tirta” (kuatkan dan ikhlaskan hati untuk selalu bersyukur dan beriman kepada-Nya).

7. My Trully Friends, Avani Erliansyah&kel thx to kritikan+makianmu, Angga Andhika&kel yg slalu merendah, Rizki Indra&kel thx for the inspiration, Arinda Ardiasworo&kel matur nuwon sanget for everything, Rangga Obi Putra&kel teman snasib spenanggungan.Ubur-Ubur Ceria Crews: Indro Agus (mo ksh tmpt bgadangnya ndro), Katinda W (mo ksh tumpangannya) Farly M (tokyo drift), Sri Rizky (7 ribu “attack”), Rizkiamy (skali doangg), Tri Anggi (mantap). Mo kaseh nian wak galak ngerewangi pas seneng samo lagi saro dan smoga persahabatan ini slalu lestari.
8. Teman-teman sejawat di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya: Amycit, Cristian, Dita, Habibie, Hary, Hely, Irsan, Jwim, Lia, Maharani, Mimi, Oliver, Ridho, Rio, Tata, Tedjo, Tmx, Togap, Zakiah, K’ Oland,K’ Arika, K’ Dayat, Toto, Ringga dan semua Kakak dan Adik Tingkat yang telah banyak memberikan bantuan baik moril dan material selama masa kuliah dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada Mbak Ninil atas bantuannya, Mr.Odong , Kantin Lestari.
9. Pimpinan dan staf karyawan SPBU COCO 24.301.01.

Semoga Allah S.W.T memberikan Rahmat dan HidayahNya kepada kita semua,
Amin.

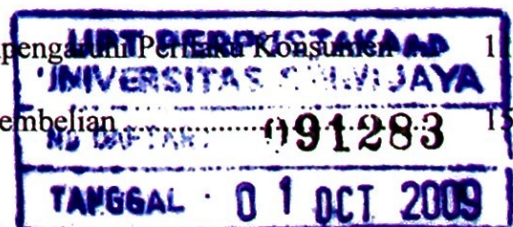
Inderalaya, Agustus 2009

Penulis,

Joko Pitoyo

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Persetujuan Panitia Ujian Skripsi	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstraksi	xvi
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Perilaku Konsumen	10
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.2. Motivasi Dalam Pembelian	13



2.1.3.	Sikap.....	16
2.1.3.1	Pengertian Sikap.....	16
2.1.3.2	Karakteristik Sikap.....	17
2.1.3.3	Fungsi Sikap.....	18
2.1.3.4	Model Struktur Sikap	19
2.1.3.5	Pembentukan Sikap.....	22
2.1.4.	Jasa	22
2.1.4.1	Komponen Jasa Terpadu	22
2.2.	Penelitian Terdahulu	23
2.3.	Kerangka Konseptual Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Populasi Dan Sampel	28
3.3.	Variabel Penelitian	29
3.3.1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
3.3.2.	Batasan Operasional Variabel	29
3.3.3.	Pengukuran Variabel Penelitian.....	31
3.4.	Instrumen Penelitian.....	32
3.5.	Jenis Dan Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1.	Jenis Data.....	32
3.5.2.	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.	Teknis Analisis Data	34

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.2.	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	37

4.2.1. Struktur Organisasi.....	37
4.2.2. Pembagian Tugas	39
4.3. Produk	41
4.4. Sarana Dan Prasarana	44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Akurasi Data.....	49
5.1.1. Uji Validitas	49
5.1.2. Uji Reliabilitas	51
5.1.3. Uji Normalitas	51
5.2. Analisis Statistik Deskriptif	52
5.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel	52
5.2.1.1 Karakteristik Responden	53
5.2.1.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin	53
5.2.1.1.2 Frekuensi Usia.....	53
5.2.1.1.3 Frekuensi Tingkat Pendidikan.....	54
5.2.1.1.4 Frekuensi Pekerjaan Atau Profesi	55
5.2.1.2 Perilaku Responden.....	56
5.2.1.2.1 Frekuensi Pendapatan Perbulan.....	75
5.2.1.2.2 Frekuensi Dari Mana Mengetahui SPBU Pasti Pas.....	56
5.2.1.2.3 Frekuensi Jenis Kendaraan Responden	57
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Utama	58
5.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Independen	58
5.2.2.1.1 Komponen Kognitif.....	58
5.2.2.1.2 Komponen Afektif.....	59

5.2.2.1.3	Komponen Konatif.....	61
5.2.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	61
5.3	Analisis Sikap Terhadap Model Sikap Tiga Komponen.....	62
5.3.1	Evaluasi Tingkat Kepentingan (ei) Atribut Layanan	63
5.3.1.1	Sikap Terhadap Komponen Kognitif.....	63
5.3.1.2	Sikap Terhadap Komponen Afektif	63
5.3.1.3	Sikap Terhadap Komponen Konatif.....	64
5.4.1	Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Layanan SPBU Pasti Pas	65
5.4.1.1.	Sikap Terhadap Komponen Kognitif	65
5.4.1.2.	Sikap Terhadap Komponen Afektif	65
5.4.1.3.	Sikap Terhadap Komponen Konatif.....	66
5.4.2	Perhitungan Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Model Tiga Komponen	67
5.4.3	Pembahasan Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas.....	68
5.4	Analisis Korelasi	70
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1.	Kesimpulan.....	74
6.2.	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Daftar Lokasi SPBU Pasti Pas Di Palembang.....	6
Tabel 3.1	Mengukur Unsur Evaluasi (ei) Atribut Layanan.....	31
Tabel 3.2	Mengukur Unsur Kepercayaan (bi) Atribut Layanan SPBU Pasti Pas.....	31
Tabel 3.3	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 4.1	Pembagian Shift Kerja SPBU 24.301.01	37
Tabel 4.2	Spesifikasi Premium.....	41
Tabel 4.3	Spesifikasi Solar	42
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas Variabel Utama	50
Tabel 5.2	Hasil Uji Normalitas Terhadap Variabel Utama	52
Tabel 5.3	Jenis Kelamin	53
Tabel 5.4	Usia.....	53
Tabel 5.5	Tingkat Pendidikan	54
Tabel 5.6	Pekerjaan	55
Tabel 5.7	Pendapatan	56
Tabel 5.8	Darimana Mengetahui	56
Tabel 5.9	Jenis Kendaraan	57
Tabel 5.10	Analisis Deskriptif Komponen Kognitif (X1).....	58
Tabel 5.11	Analisis Deskriptif Komponen Afektif	60
Tabel 5.12	Analisis Deskriptif Komponen Konatif.....	61
Tabel 5.13	Analisis Deskriptif Variabel Dependen (Y)	62
Tabel 5.14	Sikap Terhadap Komponen Kognitif Pada ei.....	63
Tabel 5.15	Sikap Terhadap Komponen Afektif Pada ei	63

Tabel 5.16	Sikap Terhadap Komponen Konatif Pada ei	64
Tabel 5.17	Sikap Terhadap Komponen Kognitif Pada bi	65
Tabel 5.18	Sikap Terhadap Komponen Afektif Pada bi.....	65
Tabel 5.19	Sikap Terhadap Komponen Konatif Pada bi.....	66
Tabel 5.20	Perhitungan Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Model Tiga Komponen.....	67
Tabel 5.21	Correlations	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan. 11
Gambar 2.2	Hirarki Kebutuhan Mashlow 14
Gambar 2.3	Versi Sederhana Mengenai Teori Tindakan Beralasan 21
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual Penelitian 26
Gambar 4.1	Struktur Organisasi SPBU COCO 24.301.01..... 39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	1
Lampiran 2. Output Penelitian SPSS	4

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas Di Kota Palembang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui sikap konsumen SPBU Pasti Pas terhadap layanan SPBU Pasti Pas, dan 2) mengetahui hubungan antara sikap konsumen dengan layanan SPBU Pasti Pas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen SPBU Pasti Pas di Kota Palembang memiliki sikap positif yang menyatakan menarik dan setuju terhadap semua atribut yang terdapat pada komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif pada layanan SPBU Pasti Pas. Faktor sikap yang dianggap paling menarik oleh konsumen pada layanan SPBU Pasti Pas ialah kualitas BBM yang terjamin mutunya.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, penulis menyarankan agar Dengan diketahuinya sikap positif masyarakat terhadap layanan SPBU Pasti Pas, maka PT. Pertamina (Persero) sebagai pengawas dan koordinator SPBU dapat menjadikan seluruh SPBU di Indonesia menjadi SPBU Pasti Pas yang memiliki standarisasi dan pelayanan yang baik agar konsumen mendapatkan jaminan kualitas dan kuantitas BBM serta pelayanan yang maksimal.

Kata kunci : Model sikap tiga komponen dan layanan SPBU Pasti Pas

Analyse The Consumer Attitude To SPBU Pasti Pas Services In Palembang.

ABSTRACT

This research aim to 1) knowing consumer attitude to SPBU Services 2) knowing relation of among consumer attitude with the SPBU Pasti Pas Services.

Result of research indicate that the consumer SPBU Pasti Pas in Palembang own the positive attitude expressing to draw and agree to all attribute of found on cognition component, affection component and conation component of SPBU Pasti Pas Services. Attitude factor assumed most interesting by consumer of SPBU Pasti Pas service is well guaranted quality of oil fuel.

To maintain and improve the service quality, writer suggest that PT. Pertamina (Persero) as supervisor and coordinator SPBU can make the entire SPBU in Indonesia become to SPBU pasti pas with good standard and good service so that consumer can get the guaranted quality of oil fuel and also maximal service.

Key Words : Tricomponent Attitude Model and SPBU Pasti Pas Services.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mobilitas kegiatan masyarakat yang semakin tinggi pada saat ini berimbas kepada penggunaan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui. Transportasi merupakan salah satu faktor yang menentukan mobilisasi manusia dalam usaha menyelesaikan semua aktivitasnya. Alat-alat transportasi tersebut tentu saja memerlukan sumber bahan bakar untuk pengoperasiannya, tidak hanya masyarakat umum bahan bakarpun sangat diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan produksinya seperti pengoperasian mesin-mesin produksi dan aktivitas distribusi dari produsen kepada konsumen yang tentu saja menggunakan alat transportasi untuk memenuhi tujuan tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahan bakar adalah faktor yang sangat vital dalam pemenuhan kebutuhan manusia dalam mobilisasi penyelesaian aktivitasnya serta keberlangsungan kehidupan perusahaan sangat bergantung pada bahan bakar dalam pemenuhan aktivitas perusahaan. Semakin berkembangnya pengetahuan masyarakat berimbas kepada sikap konsumen yang semakin selektif dan berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk. Produsen harus lebih tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang terjamin kualitasnya dan meningkatkan mutu produk.

Penyedia utama bahan bakar secara eceran di Indonesia adalah SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar untuk Umum) yang merupakan prasarana umum yang disediakan oleh PT. Pertamina untuk masyarakat luas guna memenuhi kebutuhan bahan bakar. Produk PERTAMINA di sektor hilir yang terdiri dari Bahan Bakar Minyak (BBM), Non BBM, Gas, Petrokimia, dan Pelumas antara lain:

1. Produk Bahan Bakar Minyak

- Minyak Bensin
- Minyak Tanah
- Minyak Solar
- Minyak Diesel
- Minyak Bakar

2. Produk Bahan Bakar Khusus (BBK)

- Aviation Gasoline (BBM pesawat udara)
- Aviation Turbine Fuel (BBM pesawat udara ber-turbin)
- Bio Solar
- Pertamina
- Pertamina Plus
- Pertamina Dex
- Bio Pertamina

3. Produk Non BBM

- Aspal
- Pelumas (Lube Base Oil)
- Pelarut (Solvent)
- Green Coke
- Calcined Coke
- Slack Wax
- Heavy Aromate

4. Produk Gas

Terdiri dari LPG (Liqueified Petroleum Gas), BBG (Bahan Bakar Gas), Musicool (Pengganti CFC yang ramah lingkungan).

5. Produk Petrokimia

Berbagai produk petrokimia PERTAMINA

6. Produk Pelumas:

- Automotive Gear Oil
- Circulating Oils
- Heavy Duty Diesel Engine Oils
- Industrial and Marine Engine Oils
- Industrial and Hydraulic Oils
- Passenger Car Oils
- Powershift Transmissions and Heavy Equipment Hydraulic Oils
- Refrigerating Oils
- Two Stroke Gasoline Engine Oils

Sumber: [http : //www.Pertamina. co.id/](http://www.Pertamina.co.id/). Diakses pada 9 Februari 2009

Terdapat banyak kelemahan dan kasus-kasus kecurangan yang dilakukan oleh SPBU yang dikelola oleh pihak-pihak swasta seperti pengurangan jumlah takaran bahan bakar, kualitas bahan bakar yang kurang baik dengan pencampuran zat-zat lain yang dapat merugikan konsumen. Hal inilah yang mendorong Pertamina membuat kebijakan yang mengatur dan mengawasi kinerja SPBU di Indonesia agar tidak merugikan konsumen. Masuknya perusahaan migas kelas dunia seperti Shell, Petronas dan beberapa perusahaan lainnya di bisnis retail BBM membuat Pertamina tidak lagi memonopoli pasar retail BBM di Indonesia. Dengan adanya para pesaing yang menjual bahan bakar non subsidi, dalam waktu kurang dari satu tahun, pangsa pasar Pertamina untuk bahan bakar non subsidi (Pertamax dan Pertamax Plus) telah berkurang sebesar 20-30%. Dengan kondisi seperti ini, mau tidak mau Pertamina harus siap memasuki era persaingan. Saat ini konsumen di Jakarta telah memiliki pilihan selain Pertamina, dan tentunya akan memilih SPBU dengan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik. Jika Pertamina tidak memulai melakukan perbaikan dan peningkatan pada SPBU yang menjual produk Pertamina dari sekarang, kiranya akan sulit bagi Pertamina untuk bertahan dalam persaingan ketat tersebut.

Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing SPBU Pertamina adalah dengan memperbaiki standar fasilitas dan pelayanan yang tersedia di SPBU Pertamina, sesuai dengan konsep *Pertamina Way*, yang meliputi : (1) *Staf yang terlatih dan bermotivasi* : meliputi penampilan, pelayanan pelanggan, dan penanganan keluhan; (2) *Jaminan kualitas dan kuantitas* : jaminan ketepatan takaran dan mutu BBM yang dijual; (3) *Pengetahuan produk* : penawaran produk dan pelayanan tambahan yang selaras dengan strategi Pertamina; (4) *Format fisik yang konsisten* : tampilan visual yang sesuai dengan standar dan strategi Pertamina; (5) *Peralatan yang terawat baik* : perawatan, *preventive maintenance*, *breakdown maintenance*. Hasil survei Tim Transformasi Pertamina menunjukkan bahwa dari sekian banyak fasilitas dan pelayanan yang tersedia di SPBU Pertamina, tiga hal yang paling banyak diinginkan oleh pelanggan jika berkunjung ke SPBU Pertamina adalah jaminan takaran dan mutu BBM yang dijual, kualitas pelayanan, serta toilet yang bersih. Untuk itu, perhatian difokuskan untuk memperbaiki ketiga hal tersebut. Proses peningkatan layanan dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat jumlah SPBU Pertamina yang sangat banyak dan tersebar hingga ke pelosok wilayah Republik Indonesia.¹

Pertamina Way adalah program yang diluncurkan oleh PT. Pertamina dengan penerapan standar pelayanan yang terdiri dari 5 (lima) elemen, yaitu pelayanan staff yang terlatih dan bermotivasi, jaminan kualitas dan kuantitas, fasilitas dan peralatan yang terawat dengan baik, memiliki format fisik yang konsisten, dan penawaran produk dan pelayanan bernilai tambah dengan operator yang selalu menerapkan 3S (Salam, Senyum, Sapa). Sedangkan **Pasti Pas** adalah SPBU yang telah mendapatkan sertifikat Pesti Pas dari auditor independen dengan

¹[http : // www. Pertamina.co.id](http://www.pertamina.co.id) diakses pada 9 Februari 2009

jaminan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kelas dunia. Konsumen akan mendapatkan kualitas dan kuantitas BBM yang terjamin, pelayanan yang ramah, serta fasilitas yang nyaman.²

Salah satu upaya dalam memperkenalkan *Pertamina Way* kepada pekerja SPBU adalah melalui pelatihan di kelas dan *coaching* di lapangan. Pelayanan pada konsumen SPBU bukan hanya sekedar tugas operator yang langsung berhadapan dengan konsumen, namun merupakan tanggung jawab seluruh pekerja di SPBU, mulai dari pemilik, manajer, *foreman*, hingga operator SPBU. Untuk itu, dalam program *Pertamina Way*, terdapat dua jenis pelatihan, yaitu pelatihan untuk operator, dan pelatihan untuk pengawas (*foreman/supervisor*). Pelayanan pada SPBU Pasti Pas tidak hanya menyangkut masalah teknis (keterampilan pengoperasian per-alatan), namun juga masalah-masalah nonteknis (seperti penampilan, pelayanan prima dan penanganan keluhan pelanggan). Untuk itu, materi pelatihan operator difokuskan pada kemampuan untuk melayani pelanggan dengan baik, serta didukung oleh materi teknis sebagai bekal pengetahuan operator dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Sedangkan untuk pengawas SPBU, pelatihan difokuskan pada tertib administrasi di SPBU, perawatan peralatan, dan manajemen *shift*.³ Berikut daftar SPBU yang telah memiliki sertifikat pasti pas di kota Palembang :

² [http : //www. Pertamina.co.id](http://www.pertamina.co.id) diakses pada 9 Februari 2009

³ [http : //www. Pertamina.co.id](http://www.pertamina.co.id) diakses pada 9 Februari 2009

Tabel 1.1**Daftar Lokasi SPBU di Palembang**

No	No. SPBU	Lokasi
1	21.301.01	Jl. AKBP Cek Agus Kenten
2	24.301.111	Jl. Kol. H. Burlian KM. 7 Palembang
3	24.301.118	Jl. Jend. Sudirman KM. 4 Palembang
4	24.302.129	Jl. Gubernur H. Bastari Jakabaring
5	24.301.120	Jl. Brigjen H. Hasan Kasim Celentang
6	24.301.98	Jl. Soekarno-Hatta
7	24.301.15	Jl. Kolonel H. Burlian KM. 10
8	24.301.149	Jl. Demang Lebar Daun
9	24.301.108	Jl. Alang-Alang Lebar KM. 12
10	24.30295	Jl. Kapt. Abdullah No. 23 Talang Puteri
11	24.302.20	Jl. KH. Wahid Hasyim Kertapati
12	24.320.123	Jl. Musi 2 Palembang
13	24.301.03	Jl. Demang Lebar Daun
14	24.301.14	Jl. Jend. Sudirman KM.5
15	24.301.147	Jl. Tanjung Siapi-Api
16	24.301.11	Jl. Yos Sudarso Lemabang

Sumber : Observasi Lapangan Penelitian

Dari sisi penampilan, SPBU Pertamina harus memperhatikan kerapian penampilan, baik penampilan SPBUnya maupun penampilan pekerjanya. SPBU yang mengikuti program *Pertamina Way* disyaratkan untuk memiliki format penampilan fisik sesuai dengan format standar *Pertamina Way*. Selain itu, SPBU dituntut untuk menjaga kebersihan, mulai dari kebersihan pulau pompa, dan sarana pendukung

lainnya. Sedangkan operator sebagai lini terdepan SPBU harus tampil bersih dan rapi, memakai seragam sesuai ketentuan Pertamina, dan memakai sepatu. Selain tampilan fisik SPBU dan Operator, kebersihan toilet di SPBU juga harus diperhatikan, karena kebersihan toilet merupakan salah satu dari 3 hal yang paling diinginkan pelanggan saat memasuki SPBU. Walaupun operator tidak bertanggungjawab langsung atas kebersihan toilet (karena SPBU umumnya menggunakan perusahaan *cleaning service* tersendiri untuk menjaga kebersihan toilet), namun operator diharapkan dapat turut menjaga kebersihan toilet SPBU.⁴

Dari sisi pelayanan, operator diharapkan memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik, dalam artian menunjukkan bahasa tubuh yang baik, memiliki etiket komunikasi yang baik, dan mampu melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan. Dengan bekal kemampuan komunikasi tersebut, operator diharapkan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan, serta menghadapi keluhan pelanggan. Menghadapi keluhan pelanggan tidak berarti operator harus mampu menyelesaikan semua keluhan pelanggan, namun operator harus dapat menanggapi keluhan pelanggan dengan cara yang baik, dan jika tidak bisa diselesaikan, dapat membantu pelanggan menyampaikan keluhannya kepada pengawas. Jika keluhan pelanggan masih belum dapat diselesaikan, pengawas akan mencatat keluhan pelanggan tersebut pada *form* keluhan pelanggan, dan pihak SPBU berkewajiban menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut dan mengkomunikasikan solusinya kepada pelanggan.

Pemakai kendaraan bermotor sebagai konsumen utama SPBU Pertamina selayaknya mendapatkan perlindungan dan jaminan atas BBM dan pelayanan yang

⁴ [http : //www. Pertamina.co.id](http://www.Pertamina.co.id) diakses pada 9 Februari 2009

mereka terima, banyak SPBU yang melakukan kecurangan dengan mengurangi takaran dispenser saat melakukan pengisian BBM dengan cara mengatur angka dispenser tidak dari nol, sampai penggunaan remote dari jarak jauh untuk mengurangi takaran BBM yang di terima konsumen, selain itu dalam pemberian uang kembalian atas pengisian BBM sering sekali konsumen tidak menerimanya dengan tepat. Kekurangan lainnya adalah sistem keamanan di areal SPBU seperti tanda-tanda peringatan, sensor api dan perangkat pemadam kebakaran yang tidak memadai. Tugas utama Pertamina adalah melakukan transformasi pada SPBU sebagai ujung tombak perusahaan dalam interaksi dengan konsumen sehingga citra SPBU Pertamina menjadi lebih baik dan kepuasan konsumen dapat tercapai.

Melihat kenyataan ini penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas Di Kota Palembang.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sikap konsumen SPBU Pasti Pas terhadap layanan SPBU Pasti Pas ?
2. Bagaimana hubungan antara sikap konsumen terhadap layanan SPBU Pasti Pas ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sikap konsumen SPBU Pasti Pas terhadap layanan SPBU Pasti Pas.
2. Untuk mengetahui hubungan antara sikap konsumen dengan layanan SPBU Pasti Pas.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut ini :

1. Penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan guna memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada dan memberikan jalan keluar terhadap masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dengan memberikan alternatif layanan dalam memenuhi kepuasan konsumen.
2. Bagi almamater, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bacaan bagi mahasiswa dan mahasiswi untuk dijadikan bahan acuan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- [http : //www. pertamina.co.id/](http://www.pertamina.co.id/) diakses pada tanggal 9 Februari 2009.
- Buletin Pertamina Pemasaran & Niaga Sumbagsel Edisi Desember 2008
- Husein Umar.1999.*Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang.2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit BPFY Yogyakarta.
- Kotler, Philip.2000.*Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium-1.Prenhallindo,Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.1997. *Principle Of Marketing*, penerbit Prentice-Hall Inc, New York.
- Lamb et.al. 2001. *Pemasaran*, Buku 1, penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Lovelock dan Wright, alih bahasa Agus Widiantoro, 2005.*Manajemen Pemasaran Jasa*, penerbit Indeks, Jakarta.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima (terjemahan), penerbit Erlangga.
- Natalisa, Diah. 2007. *Perilaku Konsumen*, penerbit UNSRI, Palembang.
- _____.2007.*Riset Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Dalam Penelitian*. penerbit UNSRI, Palembang.
- Noprianti, Riska. 2008. *Analisis Sikap Terhadap Iklan Sunslit Di Televisi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Membeli Pada Masyarakat Kota Palembang*. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- Puspowarsito, H. A.2008. *Metodologi Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*, penerbit Humaniora, Bandung.
- Schiffman dan Kanuk, alih bahasa Marianto Samosir. 2002.*Perilaku Konsumen*, penerbit Indeks, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Method For Business*. Jilid 2. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Simamora , Bilson.2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono.1999. *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung.

- Sukirno, Sadono, 2004, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Penerbit Prenada Media, Jakarta.
- Suryani, Tatik et al. 2006. *Sikap Dan Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking*. Ventura. Volume 8 No 5. Surabaya.
- Swastha, Basu. 1999. *Manajemen Penjualan*, penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Widyanata, Fera. 2007. *Analisis Sikap Pelanggan Telkomsel Terhadap Layanan Nada Sambung Pribadi (NSP) 1212 Di Kota Palembang*, FE. Universitas Sriwijaya.