

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Persaingan di dalam dunia bisnis untuk saat ini sudah tidak bisa dihindarkan lagi. Namun, disamping adanya persaingan bisnis tersebut, juga terdapat lonjakan permintaan dari konsumen. Lonjakan permintaan itulah yang membuat para pelaku bisnis untuk selalu memutar otak agar bisa memenuhi permintaan konsumen. Pemenuhan permintaan tersebut berkaitan dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Terkadang, masalah pemenuhan kebutuhan konsumen bukan berasal dari jumlah produksi, melainkan dari sistem distribusi yang kurang baik. Dikatakan demikian karena perusahaan tentunya telah memperhitungkan jumlah produksi yang dihasilkan setiap harinya dan mempertimbangkan strategi distribusi yang sesuai untuk produk yang dihasilkan, walaupun didalam pelaksanaannya terdapat kendala-kendala. Disinilah peran dari manajemen pemasaran untuk mengatur dan melihat kondisi pasar sebelum memasarkan produk yang dihasilkan.

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi dan memberikan kepuasan kepada konsumen, baik dari segi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur tentunya membutuhkan sebuah sektor pemasaran karena sektor inilah yang nantinya akan menjangkau pasar dimana produk dipasarkan. Bagaimana produk yang perusahaan hasilkan akan dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen apabila tidak adanya kegiatan pemasaran. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa sektor pemasaran sangat berperan besar dalam keberlangsungan perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran, untuk mendapatkan target pasar yang diinginkan serta meraih konsumen diperlukan adanya suatu pendekatan yang kontinuitas terhadap konsumen. Salah satu hal yang bisa dilakukan yaitu melalui proses distribusi yang baik.

Distribusi merupakan proses penyaluran produk dari produsen kepada konsumen. Perusahaan sendiri dapat menyalurkan produknya langsung kepada

pengguna akhir ataupun melalui perantara dalam saluran distribusi. Sistem pendistribusian yang baik sangatlah penting dan mempengaruhi tingkat kepuasan dari konsumen karena seperti yang telah dijelaskan bahwa distribusi merupakan bagian dari sektor pemasaran dan tujuan dari kegiatan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan konsumen. Melalui distribusi yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen karena banyaknya produk yang tersedia dipasaran. Citra perusahaan juga menjadi baik karena produk lebih dikenal masyarakat. Oleh karena itu, distribusi juga berperan penting dalam keberlangsungan sebuah usaha.

PT Pertamina (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perminyakan dimana PT Pertamina (Persero) memproduksi dan memperjualbelikan produk berupa minyak, premium, solar, pertamax dan gas. Produk dari PT Pertamina (Persero) bukan hanya di dimanfaatkan oleh kendaraan bermotor, melainkan juga dari sektor-sektor industri. Seperti yang diketahui bahwa banyak mesin-mesin pabrik yang masih menggunakan salah satu bahan bakar minyak sebagai sumber energi atau bahan penggerak.

Peran besar PT Pertamina (Persero) terhadap kendaraan bermotor inilah yang membuat PT Pertamina (Persero) selalu berusaha untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Hal itu bukan hanya berkaitan dengan masalah jumlah produksi, melainkan juga sistem distribusi yang harus diatur dengan baik. Proses distribusi yang di lakukan oleh PT Pertamina (Persero) UPms II ke SPBU ialah dengan mendistribusikan BBM mulai dari tahap pemesanan yang dilakukan oleh pihak SPBU sampai ke proses pengiriman yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) UPms II, kemudian setelah sampai ke SPBU barulah BBM sampai ke konsumen akhir. Tanpa adanya sistem distribusi yang baik, maka sulit bagi masyarakat untuk memperoleh Bahan Bakar Minyak (BBM). Namun, didalam sistem distribusi yang telah dirancang, masih terdapat kendala yang mengakibatkan keterlambatan pengiriman. Kesulitan mendapatkan bahan bakar minyak inilah yang nantinya akan menyebabkan kelangkaan. Bisa dibayangkan apabila terjadi kelangkaan terhadap Bahan Bakar Minyak, banyak sekali kegiatan ekonomi yang terhambat, bukan hanya dari segi kendaraan bermotor, tetapi juga berpengaruh terhadap

mesin-mesin industri perusahaan dikarenakan ada beberapa mesin produksi yang menggunakan Bahan Bakar Minyak sebagai bahan bakar.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa pendistribusian yang baik sangat mempengaruhi kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Proses distribusi itulah yang nantinya akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Untuk lebih memahami bagaimana prosedur yang harus dilewati oleh sebuah Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU) untuk mendapatkan Bahan Bakar Minyak (BBM), maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul **“Tinjauan Sistem Distribusi Bahan Bakar Minyak ke SPBU pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis menemukan beberapa permasalahan yaitu:

1. Penerapan sistem distribusi BBM ke SPBU pada PT Pertamina (Persero).
2. Adanya kendala dalam sistem distribusi BBM ke SPBU pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang yang menyebabkan terjadinya keterlambatan pengiriman BBM ke SPBU.

1.3 Ruang Lingkup

Agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan, maka ruang lingkup pembahasan penulis dibatasi pada:

1. Sistem distribusi BBM ke SPBU dalam wilayah kota Palembang pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang
2. Kendala dalam sistem distribusi BBM ke SPBU pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang dan cara mengatasinya

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penulisan

Penulis melakukan penelitian mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem distribusi Bahan Bakar Minyak (BBM) ke SPBU pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang dalam sistem distribusi Bahan Bakar Minyak (BBM) ke SPBU serta cara mengatasinya.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Dengan adanya penulisan ini maka penulis mengharapkan agar penulisan ini dapat bermanfaat antara lain sebagai berikut:

1. Sebagai masukan bagi penulis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan untuk menerakan teori-teori yang telah diperoleh selama mengikuti kegiatan belajar dalam bidang pemasaran.
2. Sebagai masukan kepada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang untuk dapat mengatasi masalah-masalah dalam pendistribusian BBM agar tidak sering terjadi keterlambatan pengiriman.
3. Sebagai literatur bagi pihak lain yang membutuhkan khususnya mahasiswa yang akan mengadakan studi kasus pada bidang yang sama.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang untuk wilayah pendistribusian Sumatera bagian Selatan (Sumbagsel) khususnya di kota Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data dilihat dari segi sumber perolehan data dalam penelitian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut sebelum data tersebut memiliki arti (Subagyo, 2006:87). Data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari objek penulisan yaitu karyawan PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang pada bagian suplai dan distribusi dengan cara wawancara dan membagikan kuesioner untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan dari hasil pengolahan seperti buku, literatur dan sumber lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti (Subagyo, 2006:87). Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan tugas-tugas pada bagian suplai dan distribusi.

1.5.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2013:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasinya adalah karyawan bagian suplai dan distribusi pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang

Menurut Sugiyono (2013:116), sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah ukuran sampel pada penulisan ini diambil dari populasi jumlah karyawan PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang

Teknik sampling yang digunakan penulis adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2013:122). Teknik ini digunakan karena populasi yang kecil, yaitu 14 karyawan.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang penulis gunakan untuk memperoleh data dan informasi untuk penulisan laporan akhir yaitu dengan cara:

1. Riset Lapangan (*field research*) yaitu dengan melakukan riset lapangan untuk memperoleh data secara langsung, adapun cara yang dilakukan dalam riset lapangan ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah proses mencari keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) (Setiawan, 2012:68). Dalam hal ini yang akan diwawancarai adalah karyawan pada bagian suplai dan distribusi pada PT Pertamina (Persero) UPMS II yang berwenang atas pengiriman BBM ke SPBU. Hasil wawancara yang berkaitan dengan materi inilah yang nantinya akan dibahas dan dijadikan sebagai data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung tanpa melalui perantara.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:199). Adapun jumlah karyawan kantor yang ada di PT Pertamina UPms II Palembang pada bagian suplai dan distribusi adalah sebanyak 14 karyawan. Maka dari itu, kuesioner diberikan kepada semua karyawan kantor atau berperan sebagai responden.

2. Riset Pustaka (*library research*)

Penulis melakukan riset pustaka untuk menghimpun informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku yang berkaitan dengan penelitian, tesis, skripsi, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik.

1.5.5 Analisis Data

Dalam pengolahan data penulis menggunakan 2 metode analisis, yaitu:

1. Metode Deskriptif Kualitatif

Data yang ada tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih dalam bentuk keterangan saja. Disini penulis melakukan pembahasan dengan cara menguraikan, menjabarkan dan menjelaskan yang didukung oleh teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang ada.

2. Metode Deskriptif Kuantitatif

Data statistik berbentuk angka yang didapat dari hasil pengolahan berupa kuesioner yang disebarakan ke karyawan pada PT Pertamina (Persero) UPms II Palembang pada bagian suplai dan distribusi. Penulis menggunakan rumus persentase untuk menghitung persentase dari hasil kuesioner sebagai berikut: (Sudijono, 2009:43)

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

f = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = *Number of case* (jumlah frekuensinya/banyak individu)

P = angka presentase