

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dampak globalisasi membawa pengaruh besar terhadap laju perekonomian dunia. Salah satu penggeraknya adalah sektor industri yang terus berkembang disegala bidang. Sejalan dengan kemajuan industri yang terus meningkat, secara langsung kebutuhan akan bahan bakar minyak sebagai sumber energi dalam pelaksanaan proses kegiatan industri maupun masyarakat pada umumnya juga semakin meningkat. Kebutuhan akan bahan bakar minyak (BBM) seakan menjadi kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan seperti halnya kebutuhan primer yang menjadi kebutuhan utama bagi sektor industri maupun konsumen.

Hal tersebut tidak sejalan dengan ketersediaan energi yang ada. Krisis energi yang terjadi di dunia khususnya bahan bakar fosil disebabkan dari semakin menipisnya cadangan minyak bumi. Fenomena ini mengakibatkan meningkatnya harga bahan bakar minyak (BBM) dan memicu kenaikan biaya hidup dan naiknya biaya produksi. Hal ini mempengaruhi kondisi perekonomian negara-negara di dunia dan Indonesia pun menghadapi krisis yang sama.

Fenomena kelangkaan BBM menjadi persoalan yang perlu mendapatkan perhatian khusus mengingat BBM merupakan salah satu penggerak sektor transportasi, industri dan pembangkitan listrik. Gangguan pasokan akan mengganggu output industri dan sektor-sektor lain, mengakibatkan berkurangnya daya saing nasional di tingkat global. Akibatnya adalah banyak harga-harga produksi semakin meningkat, gangguan pasokan dan semakin tingginya harga

Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia. Beberapa industri bahkan terpaksa beroperasi jauh di bawah kapasitasnya.

Fenomena bahan bakar yang bersumber dari minyak fosil tersebut pada akhirnya akan semakin langka sehingga harganya pun semakin meningkat karena cadangan energi fosil tersebut akan terkuras habis dan tidak dapat diperbaharui. Berbagai gejala yang timbul akibat krisis bahan bakar minyak tersebut menyebabkan para produsen mencari cara pemecahan alternatifnya. Salah satu upaya yang ditempuh adalah dengan segera mensubstitusi minyak tersebut dengan bahan bakar alternatif terbarukan yang bahan bakunya mudah didapat yaitu dengan penggunaan bahan bakar nabati (BBN) atau *biofuel* sebagai pengganti bahan bakar minyak. BBN bukan merupakan hal yang baru, Rudolf Diesel telah mencoba minyak kedelai langsung untuk bahan bakar diesel temuannya pada tahun 1912.

Industri Bahan Bakar Nabati (BBN) di Indonesia mulai bangkit sejak tahun 2006, ditandai dengan didorongnya industri tersebut oleh pemerintah dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden RI No.1 tahun 2006 pada tanggal 25 Januari 2006 tentang Penyediaan dan Pemanfaatan Bahan Bakar Nabati (*Bio-Fuel*) sebagai bahan bakar lain. Upaya yang dilakukan pemerintah tersebut adalah untuk menanggapi isu lingkungan global mulai muncul dalam beberapa dekade belakangan ini dengan adanya isu lingkungan yang kian menuntut penggunaan bahan bakar yang ramah lingkungan (Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral, 2005).

Sejalan dengan hal tersebut maka perkembangan produksi biodiesel untuk bahan bakar jenis mobil diesel di Indonesia terus meningkat secara signifikan, meskipun pada tahun 2007 produksi biosolar sempat terhenti

diakibatkan melambungnya bahan baku biosolar seperti kelapa sawit dan lain-lain, sehingga harga biodiesel tidak dapat bersaing dengan solar. Tabel 1.1 berikut ini mengenai perkembangan produksi biodiesel Indonesia.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN PRODUKSI BIODIESEL INDONESIA, 2004-2009

Tahun	Produksi Biodiesel, Thousand Barel	Perkembangan %
2005	.20	NA
2006	1.40	600.00%
2007	-	NA
2008	1.80	NA
2009	1.60	-11.11%

Sumber: Indexmundi.com, 2010

Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan bahan bakar dari tumbuhan atau BBN. Terlihat pada Tabel 1.1 di atas yang menunjukkan bahwa perkembangan BBN khususnya biodiesel terus berkembang dari tiap tahunnya, dimulai dengan persiapan pada tahun 2005 perkembangannya terlihat terus secara signifikan terlebih sejak adanya dukungan pemerintah tahun 2006. Hal ini merupakan peluang untuk mengembangkan industri biodiesel mengingat bahan baku energi tersebut banyak ditemukan di Indonesia. Berlimpahnya sumber daya alam Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku biodiesel, seperti minyak kelapa sawit dan sedikitnya 40 jenis minyak lain (Soerawidjaja dalam BRDST, 2008:16) merupakan peluang untuk mengembangkan industri biodiesel di Indonesia.

Perkembangan produksi biodiesel tersebut haruslah sejalan dengan perkembangan konsumsinya agar pasar biodiesel ini mencapai keseimbangan. Namun menurut data yang ada jumlah konsumsi biodiesel belumlah sejalan dengan jumlah produksinya, konsumsi minyak nabati ini tidak seprogresif kenaikan produksi yang tercatat. Hal ini pula yang mempengaruhi perkembangan

industri biosiesel berjalan lambat pada tahun-tahun berikutnya. Pada Tabel 1.2 di bawah ini diperlihatkan jumlah konsumsi biodiesel di Indonesia tiap tahunnya.

TABEL 1.2
PERKEMBANGAN KONSUMSI BIODIESEL INDONESIA, 2004-2009

Tahun	Konsumsi Biodiesel, Thousand barel	Perkembangan %
2005	.04	NA
2006	.47	1,075.00%
2007	.40	-14.89%
2008	.20	-50.00%
2009	.20	00.00%

Sumber: Indexmundi.com, 2010

Berdasarkan data Tabel 1.2 di atas perkembangan konsumsi biodiesel di Indonesia terus mengalami penurunan di tahun 2008 hingga mencapai -50% dan pada tahun 2009 tidak mengalami kenaikan masih tetap diposisi yang sama. Hal ini memperlihatkan perbandingan jauh antara produksi biodiesel dengan konsumsinya. Seharusnya apa yang diproduksi (pemawaran) akan terserap oleh jumlah konsumsinya (permintaan) sehingga pasar mencapai keseimbangan.

Konsumsi biodiesel nasional tidak bisa dilepaskan dari konsumsi minyak solar nasional beserta kebijakan yang terkait dengan biodiesel. Pasar terbesar biodiesel adalah dari sektor transportasi. Peningkatan pemakaian biodiesel disektor ini berkaitan dengan *volume* pertumbuhan jumlah kendaraan diesel didalam negeri yang terus meningkat dan diperkirakan akan terus berkembang (Situs Okezone, 30 April 2011). Untuk memperkirakan konsumsi BBN khususnya biodiesel selama lima tahun mendatang maka akan disajikan Tabel 1.3 mengenai proyeksi pasar menurut lima sektor pemakaiannya yaitu sektor transportasi, sektor industri, sektor komersial dan sektor pembangkit tenaga listrik.

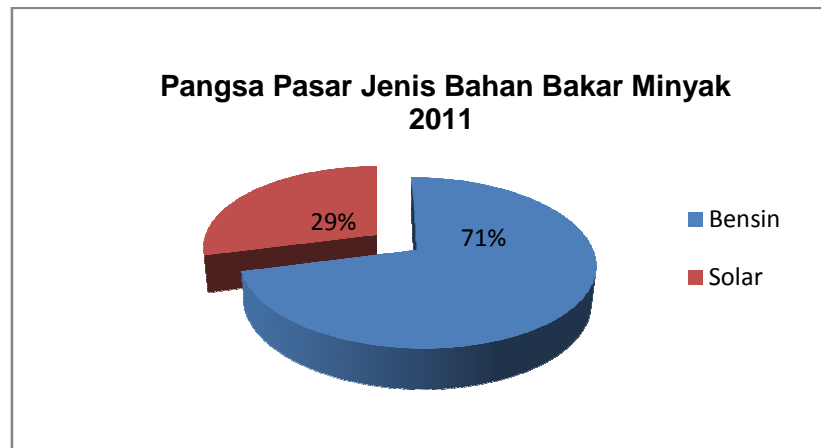
TABEL 1.3
PROYEKSI PASAR BIODIESEL MENURUT SEKTOR PEMAKAIANNYA,
2009-2013

Sektor Pemakai	Prospek Pasar Biodiesel, Ribuan KL					Pertumbuhan %/th
	2009	2010	2012	2012	2013	
Transportasi	117	323	710	1.171	1.718	101.67
Industri	86	224	466	727	1.008	90.67
Komersial	5	12	25	40	56	92.49
Pembangkit listrik	16	68	359	565	791	210.63
Total	224	627	1.560	2.503	3.572	107.87

Sumber: Indocommercial No.405 – 16 Mei 2009

Menurut Tabel 1.3 di atas sektor transportasi merupakan sektor terbesar pengguna bahan bakar nabati berjenis biodiesel yang kemudian diikuti sektor industri dan pembangkit listrik. Sektor transportasi merupakan sektor terbesar pengguna biodiesel dibandingkan dengan sektor-sektor lain dan hal ini diperkirakan akan berlangsung dalam beberapa tahun kedepan.

Penjualan biodiesel di sektor transportasi dilakukan oleh PT.Pertamina dengan diberi merek Biosolar yang mengandung 5% FAME (*Fatty Acid Methyl Ester*) atau minyak nabati dengan campuran 95% Solar Murni (B-5). Untuk memproduksi biosolar ini Pertamina menjalin kerja sama dengan salah satu produsen CPO (*Crude Palm Oil*) nasional. PT Pertamina mulai memproduksi dan menjual biosolar sejak 20 Mei 2006 lalu. Pangsa pasar biosolar adalah mobil-mobil bermesin diesel, pada tahun 2011 ini diperkirakan pangsa pasar bahan bakar diesel tersebut mencapai 29% dan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya harga bahan bakar yang membuat para konsumen dan produsen mencari alternatif bahan bakar konvensional. Berikut gambaran pangsa pasar bahan bakar jenis solar dan bensin.



Sumber: Pertamina (diolah penulis)

GAMBAR.1.1
PANGSA PASAR JENIS BAHAN BAKAR MINYAK 2011

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas dapat diketahui bahwa biosolar memiliki peluang pangsa pasar solar yang mencapai 29%. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi Pertamina untuk dapat mengkonversi pangsa pasar solar tersebut untuk beralih ke biosolar. Permasalahan yang dihadapi adalah perkembangan konsumsi Biosolar yang belum sejalan dengan tingkat produksinya, ditambah lagi pendistribusian Biosolar belum merata disejumlah SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum). Peluncuran Biosolar di kota Bandung terbilang sangat lambat dibandingkan dengan kota-kota besar lain yang diluncurkan pada tahun 2006 lalu seperti Jakarta, Surabaya dan Bali. Pendistribusian Biosolar di kota Bandung baru berjalan pada tahun 2010 yang lalu.

Disamping pendistribusiannya yang lambat dikota Bandung *volume* penjualan Biosolar di kota Bandung pun mengalami penurunan yang tajam dibandingkan kota-kota lain diwilayah Jawa Barat pada bulan Januari 2011. Padahal pada tiga bulan sebelumnya penjualan Biosolar di kota Bandung mengalami peningkatan yang sangat tajam dibandingkan kota-kota lain di Jawa

Barat. Berikut data *volume* penjualan Biosolar dikota-kota besar di Jawa Barat dimana Bandung mengalami penurunan tajam di dibandingkan dengan kota-kota lain yang disajikan pada Tabel 1.4

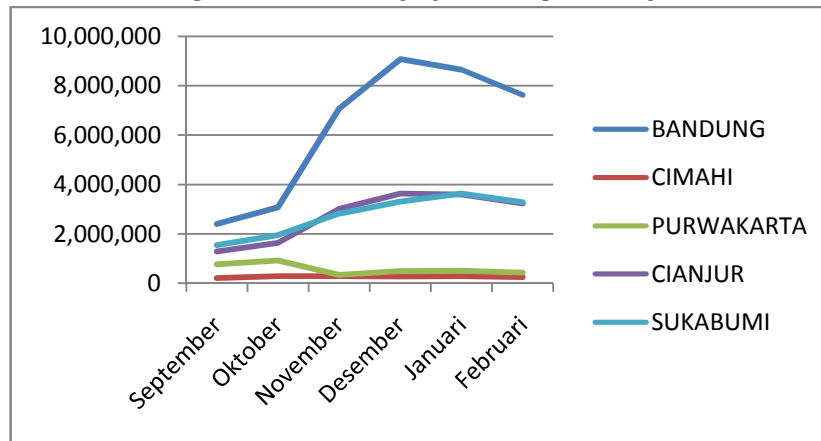
TABEL 1.4
VOLUME PENJUALAN BIOSOLAR JAWA BARAT
SEPTEMBER 2010-FEBUARY 2011

KOTA	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
BANDUNG	2.400.000	3.072.000	7.064.000	9.068.000	8.636.000	7.620.000
CIMAH	208.000	288.000	288.000	272.000	288.000	248.000
PURWAKARTA	768.000	928.000	344.000	496.000	512.000	432.000
CIANJUR	1.288.000	1.632.000	3.008.000	3.635.000	3.595.000	3.235.000
SUKABUMI	1.552.000	1.952.000	2.816.000	3.309.000	3.629.000	3.277.000
	6.216.000	7.872.000	13.520.000	16.780.000	16.660.000	14.812.000

Sumber: Pertamina Pemasaran Regional III Kota Bandung (diolah penulis)

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas menunjukkan bahwa Bandung sebagai kota yang besar dan maju dibandingkan kota-kota lainnya di Jawa Barat mengalami pelonjakan *volume* penjualan Biosolar yang sangat signifikan pada bulan September hingga Desember 2010 lalu, berbeda dengan kota Sukabumi, Cianjur, Purwakarta dan Cimahi dimana kenaikan *volume* penjualan yang tidak terlalu signifikan. Meskipun mengalami pelonjakan *volume* penjualan dalam tiga bulan terakhir dan dianggap berhasil dalam meningkatkan *volume* penjualannya ternyata Bandung mengalami penurunan yang tajam dibulan berikutnya dibandingkan dengan kota-kota lainnya yang juga mengalami penurunan seperti Cianjur, Sukabumi dan Purwakarta. Untuk lebih jelasnya ditampilkan dalam Gambar 1.2 berikut.

GAMBAR 1.2
VOLUME PENJUALAN BIOSOLAR DI JAWA BARAT
SEPTEMBER 2010 – FEBRUARY 2011



Sumber: Pertamina Pemasaran Regional III Kota Bandung (diolah penulis)

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat *volume* penjualan yang menurun di kota Bandung mengidentifikasi bahwa tingkat keputusan pembelian yang menurun. Hal ini akan mempengaruhi kinerja perusahaan dengan berkurangnya tingkat loyalitas konsumen pada perusahaan, sehingga perusahaan harus segera membuat strategi pemasaran. Menurut Canon, Perreault dan Mc.Carthy (2008:33) "A marketing strategy specifies a target market and related marketing mix." Dengan kata lain, strategi pemasaran tersebut merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Pertamina sebagai produsen utama biosolar harus melakukan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan *volume* penjualan dengan strategi *marketing mix* atau yang dikenal dengan bauran pemasaran. Menurut Kotler Keller (2009:62) "Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan suatu kombinasi variabel-variabel yang saling mempengaruhi antara

satu variabel dengan variabel lainnya dan saling menunjang dalam mencapai hasil yang optimal meraih tujuan perusahaan.”

Menurut Sofjan Assauri, (2004:169):

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tidak lepas dari faktor marketing mix. Marketing mix merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan.

Lokasi menjadi salah satu faktor keunggulan bersaing dari perusahaan sehingga lokasi dimaksud memiliki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang perusahaan (Murdifin dan Mahfud 2007:147). Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan salah satu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Menurut Swastha dan Irawan (2008:33) “Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.”

Lokasi SPBU merupakan kepanjangan dari perusahaan Pertamina ini, adalah ujung tombak pemasaran jaringan distribusi bahan bakar untuk umum, dimana pemerintah sebagai pemilik perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan bahan bakar kepada masyarakat umum mengenai SPBU ini. Sementara itu disisi lain menurut data dari Pertamina tidak semua lokasi SPBU di kota Bandung menyediakan Biosolar hal tersebut menurut pihak Pertamina Retail Regional 3 cabang Bandung dikarenakan berbagai pertimbangan teknis yang memerlukan biaya yang cukup besar untuk mengkalibrasi tangki penyimpanan biosolar. Berikut ini Tabel 1.5 sebagai data SPBU penyedia biosolar di kota Bandung.

TABEL 1.5
DATA SPBU PENYEDIA BIOSOLAR DAN RATA-RATA PEMBELI
BIOSOLAR PERMINGGU DI KOTA BANDUNG 2011

NO	No.SPBU	Alamat	Jumlah Rata-Rata Pembeli Perminggu
1	3440102	JL. WASTU KENCANA	789
2	3440103	JL PH. MUSTOPA	813
3	3440110	AHMAD YANI	560
4	3440119	JL RAYA KATAMSO	162
5	3440121	JL. CIHAMPELAS	957
6	3440201	JL. SOEKARNO HATTA (cijawura)	1228
7	3440202	Soekarno Hatta (Bubat)	1332
8	3440204	JL PETA	937
9	3440207	Soekarno Hatta (cigereleng)	1023
10	3440209	Jl Soekarno Hatta (lw panjang)	945
11	3440210	JL. Raya Soekarno Hatta (gede bage)	953
12	3440211	JL. CIWASTRA	325
13	3440212	Jl. Ters Bh Batu Pasar Gordon)	1466
14	3440214	Kopo	471
15	3440215	Soekarno hatta (per4an Bubat)	1130
16	3440216	Ibrahim Adjie (Kircon)	833
17	3440217	Jl Bkr	371
18	3440218	Jl. Martanegara	583
19	3440220	Jl. Purwakarta Antapani	294
20	3440222	JL. MOH TOHA	1820
21	3440226	JL RAYA CIPAMOKOLAN	316
22	3440230	JL RAYA LASWI	679
23	3440231	JL RAYA SADANG SERANG	325
24	3440603	Jl Soekarno Hatta (bunderan)	1122
25	3440604	Jl Ah Nasution Ujb	785
26	3440122	Jl Dago Atas	741
27	3440234	JL RAYA TERS JAKARTA	631
28	3440235	JL. RAYA CIWASTRA	415
29	3440127	Jl Tamblong	670
30	3440236	JL RAYA LASWI	759
31	3440238	JL TERUSAN BUAHBATU (pintu tol)	1783
32	3440239	JL RAYA MOCH TOHA	685
33	3440244	JL CIKADUT AH NASUTION	578
34	3440128	JL PH MUSTOFA SUCI	587
35	3440605	JL.AH, NASUTION CIPADUNG	789
36	3440247	Jl. Ibrahim Adjie	692
37	3440249	JL raya ahmad yani cicadas	649
38	3440250	Jl Gedebage	1061
39	3440131	JL. GARUDA	563

No.	No. SPBU	ALamat	Jumlah Rata – Rata Pembeli Perminggu
40	3440132	JL. RAYA SETIABUDHI	975
41	3440253	JL. CIJAGRA BATUNUNGGAL	577
42	3440254	Jl M.Ramdan	636
43	3440255	JL. RAYA PASIRKOJA	736
44	3440257	Jl. Ters Kiaracondong	479
45	3440125	Jl. Dipati Ukur No. 53-55	684
46	3440133	Jl.RE Martadinata	755
47	3440134	Paskal 223	1283
48	3440606	Jl. Rumah sakit Gdbage	741
49	3440260	Jl Otista	763
50	3440261	Raya Bojongsoang	552
51	3440130	Jl.Sunda 76 B	1710
52	3440118	Jl.Gunung Batu	995
53	3440101	Jl. Dr. Setiabudhi No. 362 Bdg	942
54	3440118	Jl. Gunung batu.	551
55	3440111	Jl. Cipaganti Bdg	680
56	3440115	Jl. Abdulrahman Saleh Bdg	446
57	3440116	Jl. Terusan Pasteur BDG	758
58	3440123	Jl. Dr. Djunjukan Pasteur Bandung	579
59	3440124	Jl. Dr Setiabudhi	1103
60	3440125	Jl.Raya Dipatiukur	1074
61	3440126	Jl. Rajawali Barat No. 54	565
62	3440129	Jl. Ciroyom Barat No. 42	212
63	3440130	Jl.Raya Sunda	1046
64	3440135	Jl.Raya Surya Soemantri	1498
65	3440203	Jl. Terusan Pasirkoja Bdg	1923
66	3440213	Jl. Jendral Sudirman Bdg	268
67	3440227	Jl. Terusan Pasirkoja Bdg	2008
68	3440237	Jl. Sukarno Hatta Bdg	1745
69	3440248	Jl. Hollis Bdg	1898
70	3440259	Jl. Jendral Sudirman	593
JUMLAH			59.359

Sumber: PT Pertamina Retai Regional 3 cabang Bandung, 2011

Berdasarkan Tabel 1.5 diatas menunjukkan bahwa produk Biosolar telah tersebar di beberapa lokasi SPBU di kota Bandung. Namun, banyaknya jumlah lokasi SPBU sebanyak 70 tersebut belum merata, dari 153 lokasi SPBU yang ada di Bandung hanya 70 SPBU yang menyediakan Biosolar. Data diatas pula memperlihatkan bahwa rata-rata pembeli biosolar di beberapa lokasi tidak sama dan sangat bervariasi jumlahnya. Di beberapa lokasi menunjukkan rata-rata

jumlah pembelian yang tinggi namun di beberapa lokasi juga menunjukkan pembelian yang rendah.

Menurut Tarigan (2006:78) “Salah satu faktor yang menentukan suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas atau tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari suatu lokasi lain disekitarnya.” Sehingga dengan kata lain lokasi SPBU yang strategis dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dalam hal ini bagi pengguna kendaraan berjenis diesel yang biasanya seperti kendaraan truck, bus, mobil bak terbuka/ box atau mobil-mobil pribadi lainnya.

Menurut survei yang dilakukan penulis pada beberapa pengguna kendaraan bermesin diesel dikota Bandung, jumlah kapasitas pemakaian terbanyak atau tingkat konsumsi jenis bahan bakar diesel perhari adalah jenis kendaraan truk, bus, mobil terbuka atau box sedangkan mobil pribadi rata-rata pemakaiannya lebih kecil dibanding jenis mobil diesel lainnya. Sehingga kendaraan seperti truk, bus dan mobil box berpotensi besar dalam penggunaan bahan bakar biosolar ini. Berikut Tabel 1.6 mengenai data jenis kendaraan diesel dengan Kapasitas pemakaiannya perhari

TABEL 1.6
JENIS KENDARAAN DIESEL DENGAN KAPASITAS PEMAKAIANNYA
PERHARI

Jenis Kendaraan Diesel	Rata-rata Jumlah Pemakaian / Hari (Liter)	Rata-Rata Pengunjung Biosolar/ Hari
Mobil Pribadi	5 – 8	25
Mobil bak terbuka/ box	10 – 15	25
Truk	10 – 20	30
Bus	20 – 25	20

Sumber: Survei (diolah penulis)

Berdasarkan Tabel 1.6 diatas jenis kendaraan bus, truk dan mobil bak terboka/ box memiliki *volume* pemakaian yang tinggi dan jumlah rata-rata

pengunjung perhari yang tinggi dibandingkan dengan mobil kendaraan pribadi. Sementara itu berdasarkan survei, dari 70 lokasi SPBU yang disediakan Pertamina hanya 35% lokasi SPBU yang tingkat aksesibilitasnya yang dapat dicapai dengan mudah bagi pengguna jenis kendaraan truk, bus atau mobil bak terbuka/ box tersebut. Dimana lokasi yang diakses mobil–mobil tersebut adalah lokasi dekat terminal, kawasan pabrik, pasar induk atau ruas jalur akses luar kota.

Tabel 1.7
SPBU YANG TINGKAT AKSESSIBILITASNYA DAPAT DICAPAI
TRUK, BUS, BOX

No.	No. SPBU	Alamat	Pemilik
1	3440201	JL. SOEKARNO HATTA	H. SYAMHUDI
2	3440202	Soekarno Hatta (Bubat)	Tri Mitra
3	3440207	Soekarno Hatta (cigereleng)	Mashudi
4	3440209	Jl Soekarno Hatta	Roni Setiawan
5	3440210	JL. RAYA SOEKARNO HATTA	DJOJO SUTIRISNO CARINGIN
6	3440212	JL. TERS BH BATU	AMASAR INTI
7	3440226	JL RAYA CIPAMOKOLAN	NANY SUHAENY
8	3440603	Jl Soekarno Hatta	Yenna Rohaniah
9	3440130	Jl Sunda 7B	PT PUTRAMAS TEGUH JAYA
10	3440238	JL TERUSAN BUAHBATU	PT RUKUN CITRA
11	3440227	JL Terusan Pasir koja	Euis Misbah
12	3440605	JL.AH, NASUTION CIPADUNG	SITI ROCHILAH
13	3440250	Jl Gedebage	Sartono
14	3440131	JL. GARUDA	SUKRON
15	3440132	JL. RAYA SETIABUDHI	AGUS SADIKIN
16	3440606	Jl. Rumah sakit Gdbage	Ely Elyah
17	3440261	Raya Bojongsoang	Eko Haryanto
18	3440116	Jl.Pasteur	Ruddy Surya Adinata
19	3440101	Jl. Dr. Setiabudhi No. 362 Bdg	Teddy Rachmadi
20	3440116	Jl. Terusan Pasteur BDG	Ruddy Surya Adinata
21	3440124	Jl. Dr Setiabudhi	Suwandi
22	3440126	Jl. Rajawali Barat No. 54	Jamual Sinaga
23	3440237	Jl. Sukarno Hatta Bdg	Agus Diky Arisandi
24	3440215	Soekarno hatta (per4an Bubat)	Hj. Rizka Arisanti
25	4340222	Jl. MOH TOHA	Dali Sadeli

Sumber: Survei (diolah penulis)

Berdasarkan Tabel 1.7 diatas menunjukkan bahwa kurangnya lokasi SPBU penyedia Biosolar yang dapat di akses oleh kendaraan berjenis truk, bus ataupun mobil bak terbuka/ box di kota Bandung. Sehingga menjadi alasan penelitian dilakukan dikota Bandung untuk mengetahui pasar, keputusan pembelian Biosolar dan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh produk Biosolar khususnya di kota Bandung, maka adapun judul penelitian yang diambil oleh penulis adalah tentang **“Pengaruh Lokasi SPBU terhadap Keputusan**

Pembelian Biosolar (survei dilakukan terhadap pengguna Biosolar di SPBU Pertamina kota Bandung).”

1.2. Identifikasi Masalah

Krisis energi yang terjadi di dunia khususnya bahan bakar fosil disebabkan dari semakin menipisnya cadangan minyak bumi yang ada. Salah satu upaya yang harus dilakukan adalah dengan segera mensubstitusi minyak solar tersebut dengan bahan bakar alternatif terbarukan yang bahan bakunya banyak terdapat di tanah air. Bahan baku alternatif tersebut adalah biodiesel, energi terbarukan yang dikenal sebagai produk yang ramah lingkungan. Sektor terbesar konsumsi biodiesel adalah di sektor transportasi yang dikenal dengan biosolar sebagai merk dagang Pertamina di berbagai kota besar di Indonesia. Namun tingkat konsumsi biodiesel ternyata masih jauh dari kapasitas produksi biodiesel tanah air.

Pertamina sebagai produsen utama Biosolar di Indonesia mengalami kendala dalam pendistribusian Biosolar di beberapa kota, salah satunya Bandung yang baru mengoprasikan Biosolar pada tahun 2010 tertinggal dengan kota-kota lain. Selain tertinggal Bandung juga mengalami penurunan yang cukup tajam dibandingkan kota-kota lain di Jawa Barat. Lokasi SPBU menjadi fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan keputusan pembelian konsumen.

Tingkat konsumsi pengguna jenis bahan bakar bermesin diesel ini adalah truk, bus dan mobil bak terbuka/ box, sedangkan lokasi yang memiliki aksesibilitas yang dapat dilalui oleh kendaraan tersebut hanya mencapai 33% dari jumlah SPBU penyedia Biosolar di Bandung. Oleh sebab itu, untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian Biosolar maka Pertamina harus mencari

strategi yang tepat. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka yang menjadi tema sentral dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

Rendahnya tingkat pembelian terhadap Biosolar disebabkan karena letak penempatan lokasi dengan yang tidak merata. Hal ini menyebabkan Biosolar perlu melakukan upaya untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas segmentasi pasar dengan melakukan strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian hingga dapat meningkatkan volume penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas pembahasan penelitian ini akan dibatasi pada beberapa pokok permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana gambaran lokasi SPBU Pertamina penyedia biosolar di SPBU Kota Bandung
2. Bagaimana gambaran keputusan pembelian Biosolar di SPBU Pertamina Kota Bandung.
3. Sejauhmana pengaruh lokasi SPBU terhadap keputusan pembelian Biosolar di SPBU Pertamina Kota Bandung.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data guna menjawab masalah penelitian di atas, sedangkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran lokasi SPBU Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran keputusan pembelian pada produk Biosolar di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi SPBU terhadap keputusan pembelian pada produk Biosolar di SPBU Pertamina Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis. Begitu juga dengan penelitian ini, memiliki dua kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan lokasi serta keputusan pembelian pada suatu produk.

b. Kegunaan Empiris

Sebagai bahan masukan informasi tambahan dalam memahami perilaku konsumen, khususnya berkaitan dengan sikap dan perilaku yang mempengaruhi pembelian biosolar sehingga membawa dampak kemajuan bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.