

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

PT Pertamina (Persero) melakukan berbagai langkah-langkah strategis untuk mempertahankan pasarnya dalam persaingannya dengan dibukanya peluang bagi perusahaan asing untuk mengoperasikan SPBU di Indonesia. Pertamina *Retail* ialah induk cabang perusahaan PT Pertamina (Persero) yang dibuat untuk menjadi salah satu pemasok di dalam menambah laba di PT Pertamina (Persero) dalam suatu usaha menjual BBM diluar pengisian bahan bakar dan usaha-usaha lainnya yang berkaitan dengan usaha di dalam sebuah lingkup SPBU contohnya *ATM, Cuci Mobil, Nitrogen, Café, Restaurant & Mini Market*.

Salah satu penerapan dari strategi tersebut adalah dengan diterapkannya kualitas SPBU bernama Pasti Prima. SPBU Pasti Prima merupakan wujud konkret dari pengalaman baru yang berpedoman pada *lifestyle*, memberikan rasa baru kepada konsumen, mempunyai tampilan yang lebih menarik, dan akan meningkatkan *customer journey* konsumen dengan adanya pilihan di SPBU yang tersebar di Indonesia.

NFR atau *Non-Fuel Retail* adalah bisnis diluar pengisian bahan bakar, yang wajib diisi di berbagai SPBU. Berbagai NFR tersebut di antaranya adalah *LPG Shop, ATM, tempat cuci mobil, Pertamina Speed, Restaurant, Coffea Shop* dan Nitrogen. Langkah tersebut di usung demi meningkatkan langkah defensif melawan kompetitor nya seperti Shell dan Total. Pertamina Retail juga mempunyai tugas untuk memperluas

jaringan-jaringan SPBU PT Pertamina, yang terdapat diatas lahan milik PT Pertamina dan yang di kembangkan dengan metode kerja sama dengan pemilik lahan yang lain dengan pola kerja sama yang saling memuaskan. Dengan SPBU Pasti Prima, Pertamina akan mempersembahkan *non-fuel retail* yang berbeda dan juga beragam, memberikan penghargaan dan hadiah untuk konsumen, dan menggunakan teknologi digital untuk bias berkomunikasi dengan konsumen.

Langkah tersebut di usung demi meningkatkan langkah defensif melawan kompetitor nya seperti Shell dan Total. Pertamina Retail juga mempunyai tugas untuk meningkatkan pangsa pasar SPBU PT Pertamina, dengan di bangun di atas lahan milik PT Pertamina dan juga ditingkatkan dengan cara melakukan kerja sama dengan pemilik lahan yang lain dengan metode kerjasama yang sama-sama memuaskan.

Menurut Wykof di dalam Tjiptono (2011: 59), mengatakan kualitas atau nilai tambah pelayanan jasa merupakan suatu tingkat unggul sesuai dengan yang di inginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan agar menggapai keinginan konsumen. Oleh sebab itu ada 2 faktor penting yang mempunyai pengaruh kualitas layanan jasa yaitu adanya *expected service* dan *perceived service*. Tjiptono (2012:51) mengatakan *service* adalah suatu kondisi fleksibel yang mempunyai hubungan oleh suatu produk, suatu jasa, tahap-tahap dan lingkungan yang bisa mencapai harapan.

Salah satu langkah yang dilakukan adalah menambahkan *Value Added Service* bagi konsumen dan *Service Quality* yang mengisi SPBU milik PT Pertamina. Tata *value added* yang diberikan kepada setiap karyawan di PT. Pertamina Retail yaitu tata nilai yang disebut “PRIMA”, yang maksudnya harus bias tetap bertahan dengan situasi

dan kondisi segama macam, dengan analisi yaitu : *Professional, Response, Integrity, Mature* dan *Aggressive*.

Berdasarkan uraian yang saya tulis, maka menjadi pertimbangan penulis untuk membahas suatu penelitian dengan judul **“Penerapan *Value Added Service* Pada Sektor Usaha *Non-Fuel Retailing* di PT. Friendship Innovation Indonesia”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang akan di bahas adalah Bagaimana Penerapan value added service pada PT. Friendship Innovation Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui penerapan nilai tambah pelayanan yang diberikan oleh PT. Friendship Innovation Indonesia.

### **1.4 Metode Penelitian**

Metode Observasi adalah dengan cara menyatukan data disertai langsung mengamati atau terjun langsung ke lapangan. Proses ini berjalan dengan cara mengamati yang terdiri merekam, melihat, mengukur, dan menulis setiap proses. Metode Observasi dapat disebut proeses yang di dalamnya ada pencacatan secara sistemattikk kejadian, perilaku, objek–objek yang di lihat dan semua yang dibutuhkan untuk memperkuat penelitian yang sedang di kerjakan oleh penulis.



Pada tahap yang pertama metode observasi atau yang disebut mengamati dikerjakan secara umum, penulis menyatukan data dan informasi sebanyak mungkin. Setelah itu penulis harus melaksanakan observasi yang spesifik, yaitu mulai mempersempit informasi dan data yang dibutuhkan agar peneliti bias mendapatkan pola perilaku hubungan yang ada.

Ada dua jenis metode observasi:

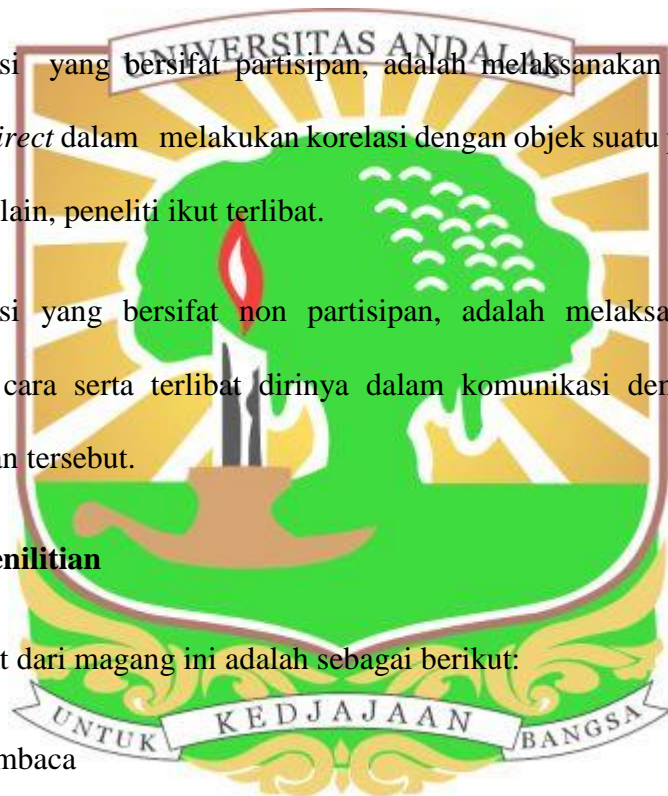
- a. Observasi yang bersifat partisipan, adalah melaksanakan penelitianterlibat secara *direct* dalam melakukan korelasi dengan objek suatu penilitan. Dengan maksud lain, peneliti ikut terlibat.
- b. Observasi yang bersifat non partisipan, adalah melaksanakan penelitian disertai cara serta terlibat dirinya dalam komunikasi dengan suatu objek penelitian tersebut.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari magang ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan memberikan sumbangan terhadap penelitian serupa mengenai nilai tambah pelayanan dari usaha *non-fuel retailing* di SPBU.





b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada PT. Friendship Innovation Indonesia dalam meningkatkan *Value Added Service* untuk meningkatkan sektor usaha *non-fuel retailing* di SPBU.

### 1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan atau penelitian ini penulis memberikan batas pembahasan yang berkesinambungan tentang penerapan *Value Added Service* pada sektor usaha *Non-Fuel Retailing* di PT. Friendship Innovation Indonesia.

### 1.7 Tempat dan Waktu Magang

Waktu dan tempat magang dilaksanakan di SPBU Pertamina 34-10401 Cabang Jakarta Pusat dengan waktu 40 hari terhitung mulai dari tanggal 8 Januari 2018 sampai dengan 2 Maret 2018.

### 1.8 Sistematika Penulisan

Secara umum pembahasan studi ini mempunyai isi 5 bab, dengan cara sistematika pembahasan sebagai berikut.

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat magang, tempat dan waktu magang, metode pengumpulan dan sistematika penulisan.



## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang berisikan pedoman yang relevan dengan judul yang diangkat untuk penelitian.

## BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini lebih membahas mengenai gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan juga kegiatan yang ada pada PT. Friendship Innovation Indonesia.

## BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang *Value Added Service* pada sektor usaha *non-fuel retailing* di SPBU.

## BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini didalamnya terdapat saran-saran dan kesimpulan perbaikan pembahasan studi yang juga disertakan dengan saran-saran perubahan yang seyogyanya bisa bermanfaat untuk PT. Friendship Innovation Indonesia.

