

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam kehidupan manusia di bumi tidak terlepas dari kebutuhan akan energi dan mineral. Energi dan mineral tersebut digunakan untuk menjalankan kegiatan sehari-hari. Salah satu kebutuhan manusia yakni kebutuhan akan energi. Salah satu energi yang dibutuhkan oleh manusia adalah minyak bumi. Minyak bumi berasal dari *fossil* yang diolah menjadi produk-produk yang memakai bahan baku minyak, seperti bahan bakar minyak dan produk kimia yang diproduksi untuk memenuhi konsumsi energi bagi manusia. Salah satu negara yang memproduksi minyak bumi dan juga ikut mengkonsumsi produk hasil pengolahan dari minyak bumi ialah Indonesia. Produksi di Indonesia dilakukan dibawah pengawasan pemerintah melalui PT. Pertamina (Priyambada dalam Indonesia Invetsment, 19 Februari 2019).

Indonesia merupakan negara terbesar ke-26 sebagai penghasil minyak bumi di dunia. Sebagai negara yang memproduksi minyak, Indonesia juga mengkonsumsi minyak buminya sendiri. Salah satu perusahaan yang memproduksi minyak bumi adalah PT. Pertamina (Persero) yang dikelola oleh pemerintah. Pertamina mengolah minyak bumi menjadi produk-produk energi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan akan sumber daya energinya. Salah satu produk dari Pertamina ialah produk bahan bakar minyak (BBM). Bahan bakar minyak yang diproduksi oleh Pertamina terbagi menjadi berbagai produk seperti Solar, Pertamax, Pertamax Dex, Bio Pertamax, Dexlite, Peralite, Pertamax Turbo, Bio Premium dan Premium (Priyambada dalam Indonesia Invetsment, 19 Februari 2019)

Pertamina sebagai pemasok bahan bakar minyak di Indonesia dalam kegiatannya diatur oleh pemerintah melalui kementerian BUMN. Pertamina sebagai perusahaan milik negara dalam proses penambangan minyak bumi sampai mengolah menjadi produk bahan bakar minyak siap pakai, selalu di bawah pengawasan pemerintah. Harga jual yang digunakan oleh Pertamina juga diatur oleh pemerintah. Oleh karena itu harga jual bahan bakar minyak yang di produksi oleh Pertamina relatif sama disetiap daerah. Hal ini dikarenakan PT. Pertamina berada dibawah pengawasan pemerintah. Sejak tahun 2012, Pertamina telah menjadi produsen minyak dan gas terbesar di Indonesia diikuti oleh korporasi besar milik swasta lainnya. Total produksi minyak di Pertamina mencapai 462 *mmboe/d*. Pertamina dalam proses pengadaan produk juga memakai sumber minyak dari tempat lain atau bukan berasal dari Pertamina, ini dilakukan agar Pertamina dapat memenuhi kebutuhan akan energi di Indonesia (BUMN, 2014).

Salah satu hasil produksi dari minyak bumi yang diolah oleh Pertamina ialah Pertamax. Bahan bakar Pertamax ini merupakan bahan bakar yang diklaim oleh Pertamina sebagai bahan bakar yang memiliki proses pembakaran yang sempurna dari bahan bakar minyak lainnya. Pertamax mengandung *oktan* yang lebih tinggi dibandingkan dengan bahan bakar Pertamina lainnya seperti Premium dan Peralite. Produk Pertamax ini memiliki *brand awareness* yang cukup tinggi yakni mencapai 90%, hal ini dikarenakan pandangan masyarakat terhadap Pertamax sebagai produk bahan bakar minyak yang paling bagus dalam hal performa pembakarannya. Pertamax merupakan produk Bahan Bakar Minyak (BBM) non-subsidi yang diproduksi oleh Pertamina oleh karena itu harga jual Pertamax tidak terlalu ditekan oleh pemerintah sebagai bahan bakar yang digunakan oleh masyarakat kecil (Kurniawan dalam Marketers.com, 2018).

Tabel 1.1

Produksi Bahan Bakar Minyak Indonesia Tahun 2013-2015

Bahan Bakar Minyak (BBM)	Produksi Bahan Bakar Minyak (Barel)		
	2013	2014	2015
<i>Premium</i>	67819	70828	71733
<i>Pertamax</i>	2651	3629	8725
<i>Pertamax Plus</i>	566	545	627
<i>ADO</i>	122907	129502	129306
<i>IDO</i>	927	1107	972
<i>Kerosin</i>	9614	7332	4977
Dasar Pelumas	2697	2529	2529

Sumber: BPS (2016)

Dari data di atas bisa dilihat produksi Pertamax oleh PT. Pertamina tidak sebanyak produksi bahan bakar lainnya yang juga diproduksi oleh PT. Pertamina. Hal ini dikarenakan Pertamax bukan bahan bakar minyak (BBM) yang diberi subsidi oleh pemerintah, harga jual Pertamax tergantung dengan harga jual minyak dunia dan juga dikontrol oleh pemerintah. Oleh karena itu menyebabkan Pertamax kurang diminati oleh konsumen bahan bakar minyak. Bahan bakar minyak digunakan untuk kendaraan bermesin baik itu roda dua maupun roda empat. Masyarakat Indonesia lebih memilih untuk mengkonsumsi bahan bakar minyak (BBM) jenis Premium yang harganya lebih murah dari harga Pertamax. Harga jual Premium bisa lebih murah dikarenakan pemerintah memberikan subsidi kepada masyarakat sebagai konsumen BBM jenis Premium. Margin keuntungan dari penjualan BBM jenis Premium relatif kecil dibandingkan dengan bahan bakar lainnya, oleh karena itu pemerintah melalui *Perpres No.191/2014* menetapkan bahan bakar jenis Premium tidak lagi sebagai bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi.

Dalam penentuan harga, pemerintah tetap menetapkan harga jual Premium yang masih terjangkau bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah. Sedangkan bahan bakar jenis Pertamina statusnya terlebih dahulu menjadi bahan bakar minyak (BBM) non-subsidi. Pangsa pasar dari Pertamina ini tidak hanya kalangan menengah ke atas, tetapi masyarakat yang sadar akan kualitas bahan bakar yang baik untuk kendaraan maupun mesin-mesin yang menggunakan bahan bakar sebagai sumber energinya (Helmi dalam Beritatrans.com, 2018).

Dalam produksi bahan bakar minyak (BBM), Pertamina sebagai perusahaan pengolahan minyak terbesar di Indonesia untuk menghasilkan suatu produk bahan bakar minyak melakukan proses pengolahan yang panjang mulai dari *input* minyak mentah hingga minyak siap pakai disalurkan ke Stasiun Pengisian Bahan bakar Umum (SPBU) Pertamina untuk dijual kepada konsumen. Proses *input* dimulai dari proses penambangan minyak, pendistribusian minyak mentah ke terminal-terminal transit untuk diolah, hingga distribusi minyak jadi ke SPBU. Setiap kegiatan yang dilakukan Pertamina ini akan menghasilkan suatu nilai bagi produk itu sendiri. Aktivitas yang menambahkan nilai ini disebut dengan *value added* atau nilai tambah yang dilakukan untuk memperoleh manfaat lebih bagi suatu produk (Mangifera, 2015: 26).

Value added merupakan salah satu kegiatan yang ada di dalam rantai nilai atau *value chain*, yang bertujuan untuk melakukan aktivitas atau kegiatan yang mendatangkan sebuah manfaat serta memberikan sebuah nilai terhadap hasil dari aktivitas tersebut (Mangifera, 2015: 25). Nilai tambah ini merupakan aktivitas yang harus dilakukan oleh produsen untuk memperoleh nilai atau manfaat lebih dari suatu produk atau jasa. Aktivitas *value added* atau nilai tambah bisa seperti kegiatan penyaluran barang, pengepakan barang, penyimpanan barang, pengolahan barang, sampai dengan kegiatan penyaluran barang dari pihak penjual ke pihak konsumen akhir. Dengan penambahan nilai ini suatu produk atau jasa yang awalnya hanya memiliki nilai kecil atau harga jual yang

murah, setelah dilakukan aktivitas penambahan nilai ini maka produk itu akan bertambah nilai dan harga jualnya dari produk awalnya (Casdira dalam Eprint.walisongo.ac.id, 2010).

Kegiatan bisnis yang dimulai dari saat pembelian bahan baku produk dan diolah menjadi barang jadi dengan menekankan pada penambahan nilai selama proses di dalam maupun di luar perusahaan merupakan konsep *value added*. Konsep ini juga menghilangkan semua biaya yang tidak termasuk penambahan nilai produk dengan hanya berfokus kepada penambahan nilai saja (Mangifera, 2015: 28). Tujuan utama dalam penambahan nilai ini adalah untuk memberikan suatu keunggulan baik itu produk maupun jasa dalam hal bersaing di pasar. *Value added* juga bertujuan mempertahankan produk yang telah ada, dengan adanya *value added* ini suatu produk atau jasa bisa diukur berhasil atau tidak di pasar dan mengetahui keunggulan produk (Mangifera, 2015: 28).

Aktivitas penambahan nilai atau yang disebut dengan *value added* ini adalah salah satu aktivitas yang ada di dalam rantai nilai suatu produk atau jasa. Penambahan nilai ini didefinisikan melalui konsep dan gagasan pemikiran, tapi dalam prakteknya *value added* atau penambahan nilai ini tidak semudah konsep yang dijelaskan menurut para pakar ekonomi. Dalam proses penciptaan di dalam suatu proses di rantai nilai, konsep *value added* ini banyak mengalami kegagalan atau salah dalam pengambilan tindakan yang dilakukan dalam hal penambahan nilai. Dalam proses penciptaan *value added* ini disamping memiliki tujuan yang positif, aktivitas penambahan nilai ini juga memiliki kelemahan apabila salah dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu aktivitas penambahan nilai suatu produk atau jasa harus melalui proses analisis yang tepat (Siarti dalam blog.stie-mce.ac.id, 2012).

Penambahan nilai ini dalam proses penciptaan memiliki beberapa resiko dan tantangan. Pertama sebagai perusahaan atau produsen harus melakukan identifikasi apa yang harus dilakukan, hingga melalui proses panjang yang memutuskan tindakan apa yang harus diambil

untuk melakukan aktivitas penambahan nilai tersebut. Setelah memutuskan tindakan yang akan dipilih oleh Pertamina, tahap selanjutnya ialah melakukan uji dari tindakan tersebut. Hasil dari kebijakan penambahan nilai tersebut baru bisa dilihat setelah perusahaan sebagai produsen melakukan proses penjualan. Di dalam kegiatan ini biasanya untuk melihat tingkat keberhasilan proses penciptaan nilai tambah ini memakan waktu yang tidak sebentar, tergantung dari pihak yang melaksanakannya. Waktu yang dipakai untuk melihat keberhasilan penambahan nilai biasanya mencapai 1 tahun penjualan suatu produk atau jasa itu sendiri (Siarti dalam blog.stie-mce.ac.id, 2012). Penambahan nilai atau *value added* ini merupakan salah satu tindakan yang bisa dipilih dalam kegiatan rantai nilai (David, 2011: 8).

Rantai nilai merupakan rangkaian atau gabungan dari seluruh kegiatan dalam hal produksi dan menghasilkan barang (David, 2011: 8). Salah satu kegiatan didalam rantai nilai ini adalah kegiatan *value added*. Rantai nilai biasanya disebut dengan analisis rantai nilai karena tujuan utama dari rantai nilai adalah menganalisis setiap tindakan yang diambil oleh perusahaan dalam kegiatan menghasilkan suatu barang atau jasa. Tujuan dari menganalisis kegiatan didalam rantai nilai ini salah satunya untuk menentukan tindakan yang tepat untuk *value added*. *Value chain analysis* juga bertujuan melihat seberapa berhasil tindakan dalam penambahan nilai yang telah dipilih oleh perusahaan sebagai produsen. Dengan melakukan *value chain analysis*, perusahaan dalam kegiatan operasionalnya juga bisa menghemat biaya-biaya yang dianggap tidak perlu atau mengurangi biaya dan menciptakan sebuah nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. (David, 2011: 8).

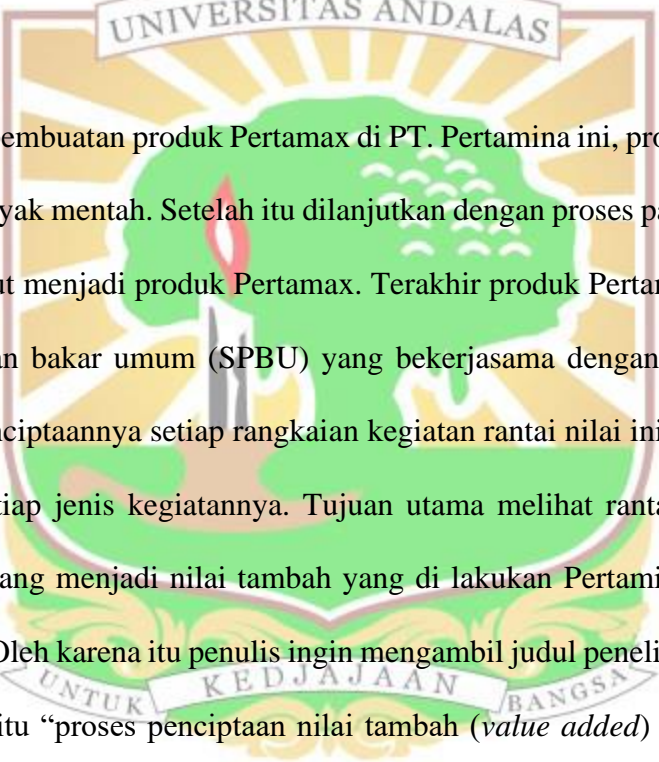
Aktivitas penambahan nilai ini berada didalam rangkaian kegiatan rantai nilai, atau yang dimanakan dengan *value chain analysis*. VCA sendiri merupakan rangkaian kegiatan mulai dari masuknya barang ke dalam perusahaan sampai disalurkan barang kepada konsumen (Assauri,

2016: 3). Struktur di dalam rantai nilai ini menyangkut informasi di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Informasi ini harus bersifat prospektif karena menyangkut dengan nilai perusahaan dimasa yang akan datang. Struktur rantai nilai ini yang digunakan bagi manajemen dalam perusahaan untuk melakukan analisis data yang bertujuan menentukan tindakan dan keputusan yang akan diambil oleh perusahaan tersebut. Keputusan yang diambil harus bersifat strategis agar memiliki keunggulan kompetitif dalam hal persaingan bisnis. Keputusan yang bersifat strategis bisa berbentuk penurunan biaya atau diferensiasi, tujuan keputusan ini agar suatu produk bisa bersaing di pasar (Marimin, 2010: 93).

Dalam proses penciptaannya setiap tindakan yang dilakukan oleh manajemen di dalam perusahaan akan berbeda satu sama lain dan berbeda dari waktu ke waktu, hal ini disebabkan masalah yang dihadapi berbeda serta perkembangan globalisasi yang mengubah gaya hidup masyarakat *modern* (Agusalim dan Suzuda, 2017: 103). Dalam hal produk bahan bakar minyak khususya Pertamina, Pertamina sebagai produsen Pertamina selalu melakukan pembaharuan terhadap produk Pertamina ini dikarenakan kemajuan teknologi yang cepat mendorong perubahan yang juga signifikan terutama dalam hal kendaraan transportasi yang menggunakan bahan bakar minyak itu sendiri. Pertamina juga diklaim sebagai bahan bakar yang menghasilkan tenaga lebih besar dan hasil pembakaran di dalam mesin kendaraan bermotor menjadi lebih bersih. Ini yang menjadi salah satu nilai tambah dalam hal keunggulan produk Pertamina dari bahan bakar minyak lainnya (BUMN, 2014).

Aktivitas yang dilakukan oleh Pertamina itu sendiri bisa kita lihat dalam gambar rantai nilai atau yang biasa disebut dengan analisis rantai nilai. Dalam proses pembuatan suatu produk ada namanya analisis rantai nilai atau *value chain analysis* (VCA) yang merupakan sekelompok rangkaian kegiatan yang memiliki tujuan menambahkan nilai atau mengurangi suatu biaya dengan

tujuan untuk kepentingan perusahaan (David, 2011: 8). Rantai nilai ini bertujuan untuk mengetahui seberapa bernilainya suatu produk baik itu untuk konsumen maupun untuk perusahaan dalam menghasilkan suatu produk. Dalam rangkaian kegiatan dalam rantai nilai terdapat proses nilai tambah (*Value Added*) yang menekankan penambahan nilai pada setiap rangkaian kegiatan dalam rantai nilai itu sendiri. Analisis nilai tambah dalam proses rantai nilai ini harus diperhatikan perusahaan dalam memproduksi suatu produk agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu bisa memiliki nilai dipasaran dan memberikan nilai bagi pelanggan produk itu sendiri (Anton, 2014: 30).



Pada kegiatan pembuatan produk Pertamina di PT. Pertamina ini, proses rantai nilai dimulai dari penambangan minyak mentah. Setelah itu dilanjutkan dengan proses panjang untuk mengolah minyak mentah tersebut menjadi produk Pertamina. Terakhir produk Pertamina di distribusikan ke stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) yang bekerjasama dengan Pertamina itu sendiri. Serta dalam proses penciptaannya setiap rangkaian kegiatan rantai nilai ini memiliki nilai tambah yang berbeda-beda setiap jenis kegiatannya. Tujuan utama melihat rantai nilai ini ialah untuk mengetahui apa saja yang menjadi nilai tambah yang dilakukan Pertamina dalam hal produksi BBM jenis Pertamina. Oleh karena itu penulis ingin mengambil judul penelitian yang akan menjadi tugas akhir penulis yaitu “proses penciptaan nilai tambah (*value added*) pada produk Pertamina bahan bakar minyak (BBM) non subsidi melalui *value chain analysis* (VCA) di PT. Pertamina (Persero) Bungus Teluk Kabung”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana proses penciptaan nilai tambah pada produk Pertamina bahan bakar minyak non-subsidi yang dilihat melalui rangkaian kegiatan rantai nilainya?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui proses penciptaan nilai tambah pada produk Pertamina bahan bakar minyak non-subsidi yang dilihat melalui rangkaian kegiatan rantai nilainya.

1.4 Manfaat penelitian

a. Teoritis

Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana proses penciptaan nilai tambah pada produk Pertamina (bbm non-subsidi) yang dilihat melalui rangkaian kegiatan rantai nilainya dan menambah pengalaman serta pengetahuan penulis dalam hal proses penciptaan nilai untuk meningkatkan kemampuan bersaing di pasar. Proses penciptaan *value added* didalam *value chain analysis* bertujuan mencari apa saja kelebihan dari produk Pertamina sebagai bahan bakar non-subsidi, serta mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi pada produk Pertamina di PT. Pertamina (Persero).

b. Praktis

Secara praktis, penulis bertujuan agar tidak hanya penulis saja yang bertambah ilmu pengetahuan tetapi pembaca tugas akhir ini juga lebih memahami tentang apa itu nilai tambah serta proses penciptaannya di dalam *value chain analysis*. bermanfaat bagi penelitian tugas akhir khususnya tentang *value added*, selanjutnya supaya bisa sedikit menjadi referensi untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Serta dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam kegiatan pemasarannya.

1.5 Metode Penelitian

Untuk memenuhi mata kuliah yang harus diikuti oleh penulis dan judul penelitian penulis yaitu proses penciptaan nilai tambah pada produk Pertamina melalui *value chain analysis* maka

penulis akan melaksanakan magang di PT. Pertamina (Persero) Kantor Pemasaran Cabang Padang selama 40 hari kerja. Metode yang digunakan penulis untuk memenuhi data sebagai hasil penelitian dengan cara penulis langsung melihat kelengkapan untuk melakukan observasi bagaimana proses penciptaan nilai tambah yang dilakukan oleh PT. Pertamina itu sendiri. Penulis juga akan melakukan wawancara dengan karyawan di dalam perusahaan guna memperoleh informasi lebih akurat, sehingga tidak terjadinya *miscommunication* antara penulis dan pihak PT. Pertamina itu sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini antara lain:

BAB I Pendahuluan

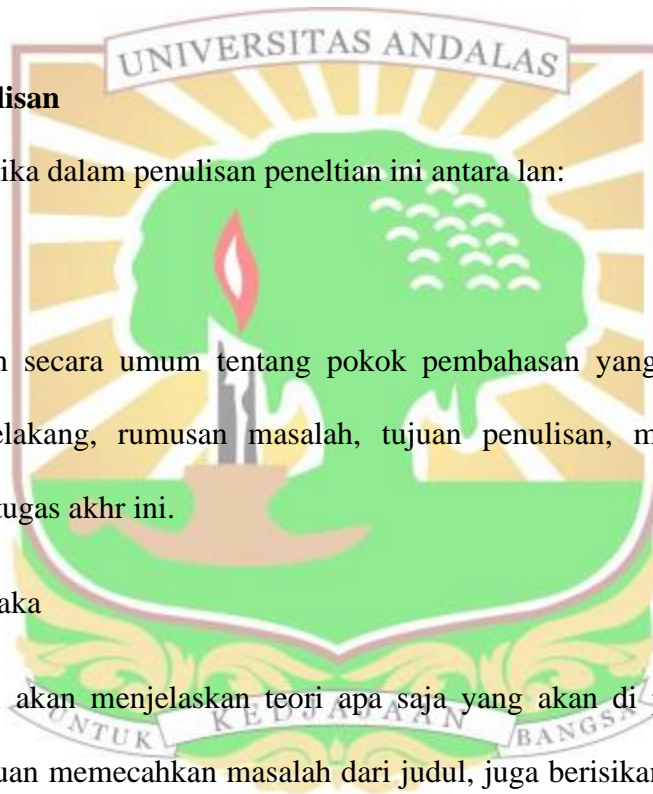
Menggambarkan secara umum tentang pokok pembahasan yang akan dibahas, dengan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir ini.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini akan menjelaskan teori apa saja yang akan di pakai untuk melakukan observasi yang bertujuan memecahkan masalah dari judul, juga berisikan gagasan-gagasan yang bertujuan sebagai acuan pada pembahasan bab di berikutnya.

BAB III Gambaran Umum Institusi

Bagian ini menjelaskan secara umum lembaga atau institusi dimana penulis melakukan kegiatan magang/observasi.



BAB IV Pembahasan

Bagian ini membahas secara rinci apa yang menjadi landasan teori/gagasan yang di bahas dalam bab II, yang akan di kaitkan dengan hasil observasi penulis.

BAB V Penutup

Pada bagian ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan judul yang di pilih oleh penulis, serta penulis akan memberikan saran untuk pembaca hasil tugas akhir ini.

