

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pasar kendaraan roda empat di Indonesia pada tahun 2009 adalah 483.548 unit, di tahun 2010 naik dengan drastis hingga 764.710 unit dan pada tahun 2011 mencapai 894.164 unit. Menurut Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) saat ini Indonesia berhasil menggeser Thailand sebagai Negara dengan penjualan mobil terbanyak di ASEAN dan angka penjualan kendaraan roda empat di Indonesia pada tahun 2012 di prediksi masih akan mengalami kenaikan mendekati angka satu juta. Statistik tersebut semakin menguatkan jumlah pemilik kendaraan roda empat tiap tahunnya selalu bertambah, tentunya ini peluang pasar bagi para pemain di industri yang berkaitan erat dengan mobil, yaitu oli pelumas mesin kendaraan. Dengan bertambahnya jumlah mobil yang ada di jalan, semakin bertambah juga jumlah oli yang dibutuhkan.

Saat ini banyak perusahaan yang menjual pelumas mesin kendaraan roda empat dengan berbagai merek. Perusahaan yang paling sering kita dengar adalah Shell, Pertamina, BP, Top1, Repsol dan beberapa perusahaan lainnya. Perusahaan-perusahaan tersebut memiliki produk unggulannya masing-masing yang telah banyak di kenal oleh masyarakat secara umum, baik pemilik kendaraan roda empat maupun roda dua. Produk-produk pelumas seperti Shell Helix, Top1, Castrol, PrimaXP, Fastron, Repsol motul dan

Formula telah banyak dikenal lewat iklan, baik melalui media cetak, radio juga televisi.

Diantara beberapa perusahaan yang ikut bermain di pasar pelumas mesin kendaraan roda empat, Pertamina adalah satu-satunya perusahaan yang berasal dari Indonesia dengan produk PrimaXP. Sejak tahun 2009 Pertamina dipimpin oleh Karen Agustiawan, berbagai kebijakan yang dilakukan Karen dinilai telah berhasil melakukan transformasi perusahaan dari keterpurukan sistem manajemen dan usaha itu terbukti dengan banyaknya pencapaian Pertamina baik dalam skala nasional, Asia bahkan dunia internasional seperti pengakuan dari investor internasional dengan diraih *Emerging Market Awards*, ekspansi pasar pelumas Pertamina di 19 negara yang mencakup China, Australia, Belgia, Pakistan, UAE, Bangladesh, Myanmar, Singapura, Taiwan, Jepang dll. Karen juga berhasil membawa Pertamina sebagai perusahaan penyumbangan pajak terbesar Indonesia selama enam tahun terakhir dengan total Rp 265 triliun pajak yang dibayar. Sederet prestasi yang dihasilkan Pertamina menjadikannya perusahaan yang paling diminati oleh para pencari kerja di Indonesia sebagai tempat untuk berkarir.

Prestasi Pertamina sebagai penyedia pelumas di tanah air juga telah diakui dan diapresiasi oleh berbagai penghargaan yang diterima oleh Pertamina terbukti pada tahun 2009 produk pelumas mesin mobil Pertamina, PrimaXP berhasil meraih *Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA)* yang diselenggarakan oleh Majalah SWA dan *Frontier Consulting Group*.

Namun pada tahun 2010 dan 2011, PrimaXP harus mengakui keunggulan Top1 di ajang ICASA.

Pelumas PrimaXP juga berhasil meraih penghargaan Top Brand Award yang diselenggarakan oleh majalah Marketing bekerja sama dengan *Frontier consulting group*. Hasil *Top Brand Index* tahun 2011, PrimaXP menempati urutan kedua dibawah Top1 dan pada tahun 2012 *Top Brand Index* PrimaXP mengalami penurunan persentase menjadi posisi ketiga dibawah Top1 dan Castrol. Hasil *survey Top Brand Index* tersebut tergambar sebagai berikut pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Top Brand Index
Dalam Kategori Minyak Pelumas Mobil tahun 2011-2012

No	Merek	2011 (%)	2012 (%)
1	Top1	27,3	29,8
2	PrimaXP	16,4	13,3
3	Castrol	16,3	16,8
4	Shell Helix	15,6	8,6
5	Fastron	3,1	5,2
6	Motul	2,3	2,1
7	Repsol	2,3	3,0

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-result-2012>

Berdasarkan tabel 1.1 PrimaXP berhasil masuk dalam jajaran tiga teratas dari *Top Brand Index* tahun 2011 dan 2012 dalam kategori minyak pelumas mobil, pada tahun 2011 PrimaXP menempati urutan kedua dengan persentase

pemilih mencapai 16,4% namun pada tahun 2012 terjadi penurunan sebanyak 3,1% menjadi 13,3% dan harus puas berada di tempat ketiga dalam *Top Brand Index* kategori minyak pelumas mobil berada di bawah Top1 dan Castrol.

Berdasarkan dengan data yang ada di tabel 1.1 dapat didefinisikan bahwa terdapat penurunan penjualan merek minyak pelumas mobil PrimaXP, diindikasikan adanya konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian pada merek minyak pelumas mobil yang lain.

Keberhasilan Top1 dan Castrol dalam memuncaki Top Brand Index sejalan dengan gencarnya promosi melalui berbagai media tentang produk mereka yang kerap menggunakan orang terkenal atau selebriti sebagai *spoke person*. Top1 sendiri selalu menggunakan artis papan atas Indonesia dalam mempromosikan produknya, seperti grup band Padi, Vidi Aldiano, Afgansyah Reza, Ello, Raffi Ahmad dan juga artis sensasional Ayu Tingting. Sementara Castrol menggunakan atlit sepakbola ternama Cristiano Ronaldo sebagai Endorser produknya secara global. Top1 dan Castrol menggunakan tokoh yang dikenal publik sebagai salah satu penarik perhatian maupun reaksi konsumen agar terjadi pembelian atau penggunaan produk.

PrimaXP juga menggunakan tokoh yang dikenal publik dalam mempromosikan produknya yaitu, Rifat Sungkar. Pereli Indonesia yang turun di ajang *Asia Pasific Rally Championship (APRC)* bersama Pertamina PrimaXP Cusco Racing Team tersebut selain berprofesi sebagai pereli nasional, ia juga dikenal sebagai *drifter* yang kerap turun di ajang *drifting*

nasional maupun asia. Terpilihnya Rifat sebagai endorser dari oli PrimaXP tidak lepas dari pekerjaannya sebagai pereli yang disponsori oleh Pertamina dan oli PrimaXP saat turun pada ajang *rally*. Daya tarik Rifat sebagai tokoh olahraga dibidang otomotif sesuai dengan produk PrimaXP yang diperuntukan bagi mobil dan keberhasilannya meraih podium dalam ajang APRC diharapkan mampu diproses konsumen sebagai keberhasilan dari merek pelumas yang Rifat *endorse* atau gunakan.

Penggunaan Rifat sebagai *endorser* memang sudah tepat karena suatu perusahaan yang ingin menggunakan seorang *endorser* maka sebaik-baiknya *endorser* adalah yang memiliki asosiasi terbaik dengan perusahaan yang menggunakan jasa *endorser* tersebut, namun sosok Rifat sendiri bisa dinilai belum mendapatkan sorotan yang besar sebagai seorang *endorser* jika dibandingkan dengan kompetitor PrimaXP yang menggunakan selebritis ternama yang telah terliput media dengan baik. Seperti Top1 yang banyak menggunakan artis sinetron dan juga pemusik dan juga Castrol dengan mega bintang Cristiano Ronaldo yang bermain untuk klub sepakbola Real Madrid, wajahnya juga kerap muncul dalam berbagai iklan perusahaan besar dunia.

Keinginan Pertamina untuk membentuk citra yang baik dimasyarakat dan terutama target pemasaran Pertamina berawal dari pengertian pentingnya citra perusahaan guna menstimulus ketepatan informasi yang ingin disampaikan oleh Pertamina kepada para konsumennya, untuk itu Pertamina dengan slogannya "Semangat Terbarukan" dengan konsisten melakukan langkah-langkah positif dalam menjalankan bisnisnya di Indonesia yaitu dengan

memperbaiki sistem SDM yang lebih baik, program CSR yang berkaitan dengan lingkungan, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat dan terus berinovasi untuk menghasilkan produk-produk berkualitas terbaik bagi bangsa. Namun produk dari Pertamina seperti PrimaXP yang sangat kental dengan unsur produk tanah air, akan sulit berhadapan dengan produk yang berasal dari luar negeri, hal ini terjadi karena adanya karakteristik konsumen Indonesia yang lebih menyukai produk luar negeri. Handi Irawan melalui artikelnya mengungkapkan bahwa konsumen Indonesia memiliki persepsi buatan luar negeri lebih baik. Survei yang dilakukan oleh Frontier misalnya, untuk lebih dari 90% produk persepsi buatan luar negeri, selalu lebih baik dibandingkan dengan buatan dalam negeri atau buatan Indonesia. Tentunya, ada banyak alasan yang membuat persepsi ini terbentuk. Pertama, memang buatan luar negeri memiliki kualitas yang lebih baik. Konsumen sudah mencoba, membandingkan dan akhirnya tertanam dalam persepsi mereka bahwa buatan luar negeri adalah lebih baik. Alasan kedua adalah karena faktor gengsi, dengan membeli atau menggunakan produk luar negeri konsumen merasa lebih bangga. Mereka bangga karena menjadi bagian konsumen global. Mereka bangga, karena mampu membayar dengan harga yang lebih tinggi. Alasan ketiga, karena memang nasionalisme dari konsumen Indonesia memang rendah. (sumber:http://www.handiirawan.com/articles/the_uniqueness_of_indonesian_consumer/buatan_luar_negeri_dong.html).

Yang akan dikaji disini adalah bagaimana dampak *endorser* Rifat Sungkar dalam mempengaruhi para konsumen Oli PrimaXP dan juga usaha Pertamina

untuk membangun citra perusahaannya guna menarik perhatian konsumen agar membeli produk Pertamina dalam hal ini yang perlu dilihat lebih dalam adalah keputusan pembelian konsumen Oli mesin mobil PrimaXP.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi *celebrity endorser* dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen Oli PrimaXP?
2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *celebrity endorser* dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen Oli PrimaXP?
3. Apakah *celebrity endorser* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Oli PrimaXP?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Oli PrimaXP?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui deskripsi tentang *celebrity endorser*, citra perusahaan, serta keputusan pembelian produk Oli PrimaXP
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *celebrity endorser* dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian produk Oli PrimaXP.
3. Untuk menguji secara empiris variabel *celebrity endorser* terhadap Keputusan Pembelian produk Oli PrimaXP.
4. Untuk menguji secara empiris variabel Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian produk Oli PrimaXP.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pertamina

Sebagai bahan masukan bagi Pertamina dalam melakukan aktivitas pemasaran, terutama dalam tujuan untuk menjadi *market leader* di penjualan minyak pelumas mobil.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Sebagai informasi tambahan bagi peneliti lainnya khususnya dalam mengetahui pengaruh *celebrity endorser* Rifat Sungkar dan Citra Perusahaan Pertamina terhadap keputusan pembelian konsumen Oli PrimaXP.

3. Bagi Dunia Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memotivasi penelitian-penelitian selanjutnya terutama didalam bidang yang terkait.