

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penggunaan Energi fosil sebagai sumber energi di dunia akhir-akhir ini , sudah mulai dipertimbangkan. Mengingat jumlah persediaan energi ini sudah mulai berkurang. Oleh sebab itu penggunaan sumber energi lain sebagai sumber energi pengganti harus mulai difikirkan.

Gas Bumi adalah alternatif pilihan sumber energi selanjutnya yang kini telah menjadi primadona. karena hasil pembakarannya memiliki tingkat polusi yang rendah, efisiensi pembakarannya cukup tinggi sehingga mudah dikontrol (Arun, PT. 2001).

Sistem transportasi gas alam meliputi transportasi melalui jalur pipa , Transportasi dalam bentuk Liquid Natural Gas (LNG) dengan kapal tanker LNG untuk pengangkutan jarak jauh, Transportasi dalam bentuk Compressed Natural Gas (CNG), baik di daratan dengan Trailer maupun dengan kapal tanker CNG di laut.

Secara garis besar pemanfaatan gas alam dibagi atas 3 kelompok yaitu : Pertama , gas alam sebagai bahan bakar, antara lain sebagai bahan bakar Pembangkit Listrik Tenaga Gas/Uap, bahan bakar industri ringan, menengah dan berat, bahan bakar kendaraan bermotor

(BBG/NGV), sebagai gas kota untuk kebutuhan rumah tangga hotel, restoran dan sebagainya. Kedua, Gas alam sebagai bahan baku, antara lain bahan baku pabrik pupuk, petrokimia, metanol, bahan baku plastik (LDPE = low density polyethylene, LLDPE = linear low density polyethylene, HDPE = high density polyethylen, PE= poly ethylene, PVC=poly vinyl chloride, C3 dan C4-nya untuk LPG, CO2-nya untuk soft drink, dry ice pengawet makanan, hujan buatan, industri besi tuang, pengelasan dan bahan pemadam api ringan. Ketiga, Gas alam sebagai komoditas energi untuk ekspor, yakni Liquefied Natural Gas (LNG).

PT. Citra Nusantara Gemilang (selanjutnya disebut "PT. CNG") adalah perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan gas bumi dengan menggunakan teknologi *Compressed Natural Gas* (CNG). PT. CNG adalah perusahaan distributor Indonesia pertama yang menerapkan teknologi compressed natural gas ini. PT. CNG didirikan untuk menangkap peluang bisnis distribusi gas bumi ke sektor industri yang belum dapat dilayani melalui jaringan pipa distribusi.

Untuk tetap dapat bertahan, bersaing dan bertumbuh di industri distribusi dan penjualan gas bumi, PT. CNG menerapkan strategi bisnis difersifikasi produk fokus dengan inovasi dalam proses distribusi gas bumi. PT. CNG menetapkan segmen pasar yang berbeda dengan segmen pasar perusahaan distributor gas bumi dengan jaringan pipa distribusi. PT. CNG fokus pada beberapa faktor kunci keberhasilan di

industri distribusi gas bumi yang menjadi keunggulan kompetitif dari teknologi CNG, yaitu keterhubungan dengan pelanggan, fleksibilitas volume penjualan dan jangka waktu kontrak jual beli gas bumi serta keterandalan dalam kestabilan tekanan gas bumi. Melalui penjualan gas bumi ke pasar ceruk pelanggan industri dan dalam kondisi ketidakseimbangan antara penawaran dan kebutuhan gas bumi nasional, PT. CNG mampu menjual gas bumi dengan harga dua kali lipat dibandingkan dengan harga gas bumi yang didistribusikan dengan jaringan pipa distribusi.

Kebijakan Energi Nasional sampai dengan tahun 2025 masih mengandalkan sumber energi dari bahan bakar fosil yang memberikan kontribusi 83 % dari kebutuhan sumber energi. Kontribusi bahan bakar minyak ("BBM") akan dikurangi sehingga menjadi 20 %, sedangkan kontribusi bahan bakar gas (BBG) dan batubara akan meningkat, sehingga masing-masing menjadi 30 % dan 33 % dari kebutuhan sumber energi nasional sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1. sebagai berikut :

Tabel 1.1. Sumber Energi Nasional

No	Sumber Energi	Persentase
1	Minyak Bumi	20.00%
2	Gas Bumi	30.00%
3	Batubara	33.00%

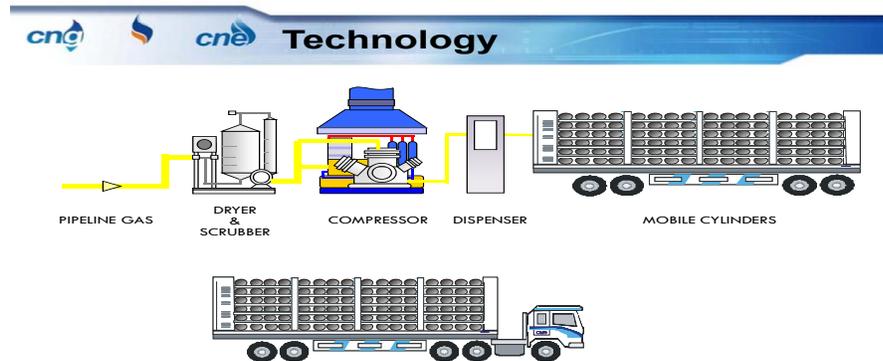
4	Bahan Bakar Nabati (Biofuel)	5.00%
5	Panas Bumi	5.00%
6	Liquefied Coal	2.00%
7	Sumber Energi Lain (Biomasa, Nuklir, Tenaga Air dll)	5.00%
Jumlah		100.00%

Sumber : Keputusan Presiden RI No. 5 Tahun 2006

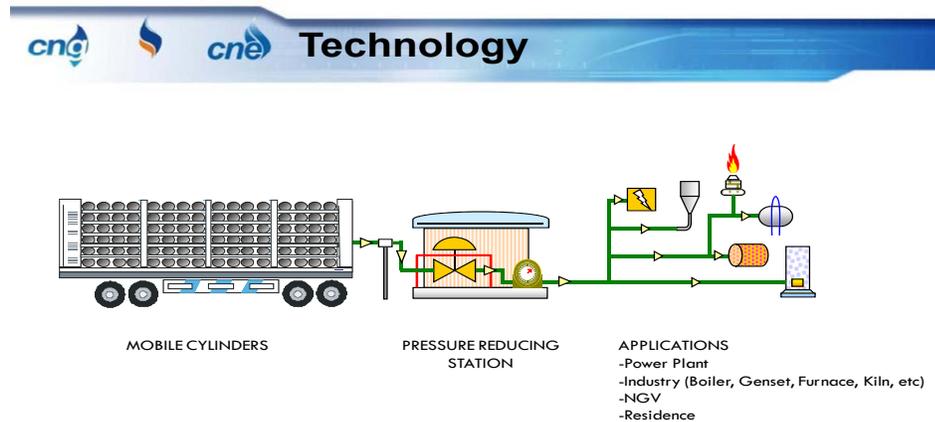
Dengan semakin dinamisnya perkembangan bisnis CNG, pertumbuhan competitor dalam meramaikan bisnis CNG merupakan sesuatu yang tidak terelakkan. Kini pemain Bisnis CNG sudah mendekati kira – kira 32 perusahaan yang tersebar di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Sumatera Selatan.

Dalam menjalankan bisnis CNG , penjualan produk harus diiringi dengan servis pelayanan yang semakin baik. Kualitas pelayanan prima kepada konsumen merupakan kunci upaya untuk tetap memenangkan persaingan bisnis dalam rangka mempertahankan pelanggan agar perusahaan mendapatkan pelanggan-pelanggan yang loyal . Waktu penghantaran CNG ke konsumen-konsumen yang tepat waktu merupakan komitmen PT CNG dalam menjalankan pelayanan jasanya yang mengiringi penjualan produk CNG. Hal ini diupayakan semaksimal mungkin agar aktifitas produksi di konsumen pengguna CNG tidak terganggu. Kecepatan dalam setiap respons keluhan pelanggan merupakan cara untuk memuaskan pelanggan.

Dalam melayani kebutuhan pelanggannya, PT CNG senantiasa mengembangkan dan meningkatkan kualitas mutu teknologi peralatan yang dimilikinya baik disisi operasional plant PT. CNG , rangkaian tabung (gasket) beserta trailer pendukung nya dan peralatan disisi konsumen PT CNG yaitu rangkain PRS (Pressure Regulating System). Berikut adalah gambaran peralatan sistim CNG.



Gbr.1 Rangkaian Peralatan CNG di Plant Produksi PT CNG



Gbr.2 Rangkian Peralatan CNG di Plant konsumen

Dalam penetapan harga jual CNG, perusahaan sangat mempertimbangkan komponen-komponen harga yang mempengaruhinya. Biasanya harga penjualan di tiap-tiap konsumen berbeda sesuai dengan volume kebutuhan masing-masing konsumen dan jarak lokasi konsumen terhadap plant produksi CNG PT CNG di Cikarang – Tegal Gede. Semakin banyak volume kebutuhan calon konsumen terhadap CNG maka harga nya lebih murah, tapi bila jarak konsumen CNG lebih jauh terhadap Plant Operasional (Plant produksi) di Cikarang, harga CNG lebih mahal. Penetapan harga yang demikian adalah untuk memberikan harga terbaik kepada konsumen.

Sejak berdiri pertama kali tahun 2006 , PT Citra Nusantara Gemilang (PT CNG) adalah perusahaan CNG yang pertama di Indonesia yang didirikan oleh putra –putri Indonesia. PT CNG adalah leader dalam bisnis delivery gas dengan tabung bertekanan tinggi (*compressed Natural Gas*) . Dan yang pertama di dunia yang melayani konsumen industry. Di kebanyakan Negara di dunia pemanfaatan CNG diperuntukan untuk dunia transportasi seperti bajaj, taxi, kendaraan pribadi (di India, dsb). Sampai tahun 2008 PT Citra Nusantara Gemilang masih satu-satunya di Indonesia yang menjalani bisnis ini, belum ada pesaing yang mengikutinya. Melihat respond dunia industry sangat antusias untuk beralih menggunakan CNG juga untuk bahan produksi mereka, sejak tahun 2009 bermunculan perusahaan yang sejenis. Dan sejak itu beberapa

pelanggan PT Citra Nusantara Gemilang mulai ada yang menghentikan kontrak pembelian CNG-nya. Melihat kondisi demikian maka PT CNG mulai mengevaluasi dan berbenah diri terhadap mutu pelayanannya selama ini. Apakah sudah memenuhi harapan pelanggan-pelanggannya. Salah satunya, dalam hal delivery CNG ke konsumen, ketepatan waktu pengiriman CNG terhadap kebutuhan di konsumen merupakan hal yang paling urgent. Pengiriman CNG tidak boleh terlambat sebab akan mengakibatkan berhentinya aktivitas produksi di konsumen. Semua ini tak lepas dari dukungan teknologi peralatan yang dimiliki oleh PT Citra Nusantara Gemilang dalam melayani konsumennya.

Dengan bertumbuhnya para pemain baru di bisnis CNG ini otomatis menimbulkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Yang tidak terhindarkan adalah terjadinya perang harga yang mulai dirasakan. Disisi konsumen industri (pembeli) hal ini membawa keberuntungan, konsumen mendapatkan banyak pilihan dalam menggunakan CNG. Konsumen baru atau konsumen yang sudah lebih dulu menggunakan CNG mulai mencari trader CNG dengan harga yang lebih kompetitif, menguntungkan dan memiliki keunggulan dalam mutu pelayanan dan kualitas peralatan. Oleh sebab itu PT CNG berupaya mengevaluasi pelayanannya dalam rangka mempertahankan konsumen – konsumennya dan memberikan servis terbaik sesuai dengan harapan dan keinginan konsumennya agar tetap memimpin dalam bisnis ini.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen CNG nya , maka survey kepuasan konsumen merupakan hal yang harus dilaksanakan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan melakukan penilaian dan didasarkan atas dua dimensi besar yakni PSQ (*perceived service quality*) dan PSV (*perceived service value*). *Perceived service value* adalah persepsi kesetaraan antara harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang diperoleh. *Perceived service quality* memiliki 4-5 Parameter yang dinilai oleh setiap responden. Empat parameter tersebut yaitu kepuasan pelanggan terhadap akses *service points / walk in centers* (*accessibility*); kepuasan terhadap unsur-unsur yang terkait dengan proses pelayanan (*service process*); kepuasan terhadap staf atau frontliner yang berinteraksi dengan pelanggan (*people*); dan kepuasan terhadap proses penanganan keluhan (*service complaint handling*). Khusus untuk *after sales service*, parameter kepuasan terhadap hasil atau penyelesaian akhir dari pelayanan yang dilakukan (*quality of repair result*) ditambahkan sebagai parameter kelima.

Dengan mengetahui kondisi/grade/tingkat kepuasan konsumen-konsumennya, PT CNG bisa memperbaiki *service level*-nya sehingga tujuan akhir perusahaan ,yaitu mendapatkan konsumen yang loyal dapat tercapai. Baru- baru ini salah satu konsumen besar CNG yang sudah lama berlangganan, mengakhiri kontrak pembelian CNG-nya, hal ini merupakan kehilangan yang besar yang dirasakan oleh perusahaan.

Menimbulkan keresahan bagi manajemen. Dengan kejadian ini. Peneliti merasa terpanggil untuk bisa memberikan kontribusi analisa dari permasalahan ini. Adapun PT Citra Nusantara Gemilang adalah tempat peneliti bekerja sejak 8 tahun yang lalu. Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam hal pencapaian kepuasan menggunakan CNG di PT CNG. Faktor-faktor yang akan diteliti adalah : mutu pelayanan, kualitas peralatan CNG, persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai pemimpin di bisnis *Compressed Natural Gas* untuk konsumen industri, ternyata tidak terlalu lama bisa dinikmati oleh PT CNG. Seiring dengan waktu, para pengikut (*follower*) tidak tinggal diam untuk segera melakukan hal yang sama dengan PT CNG. Hal ini dipicu oleh kenaikan bahan bakar industri terutama solar industri yang sangat memberatkan dunia industri penggunaannya. Era persaingan bisnis *Compressed Natural Gas* (CNG) telah dimulai beberapa tahun yang lalu. Pertumbuhan Competitor PT CNG sangat pesat, dalam rentang 2006-2013, sekarang ini telah mencapai kurang lebih 32 perusahaan yang berkumpul dalam suatu asosiasi pengusaha CNG (APCNGI)

2. Untuk mempertahankan pelanggannya, PT CNG sadar betul untuk terus memperbaiki kualitas layanannya. Tapi sampai saat ini masalah delivery ke konsumen masih sering menjadi kendala, masih sering kali terjadi keterlambatan pengiriman CNG sampai ke konsumen. Hal ini disebabkan armada transportasi (trailer) yang bermasalah, baik keterbatasan jumlah armada maupun kualitas armada itu sendiri. Hal ini sering menimbulkan kekhawatiran di konsumen karena akan berdampak pada berhentinya produksi mereka.
3. Bertumbuhnya competitor memberi angin segar disisi konsumen industri. Konsumen mendapat kesempatan memilih trader CNG yang terbaik yang mereka inginkan. Baik dari segi kualitas pelayanan, jaminan pasokan gas, Peralatan pendukung sistem CNG dan Harga. Tidak adanya standar harga CNG dari pemerintah, membuat konsumen industri memiliki *bargaining position* lebih kuat dari pada trader CNG sendiri. Perang harga sudah terjadi. Bahkan Konsumen yang masih dalam kontrak pembelian CNG dengan suatu trader, sudah menjadi target para pesaing CNG lainnya. Kompetisi bisnis yang sangat ketat.
4. Dalam menyoal target marketnya, segmentasi PT CNG adalah konsumen industri bervolume kebutuhan besar terhadap CNG, yaitu 100.000 m³ / bulan ke atas. Sejak berdiri tahun 2006 sampai saat ini PT CNG sudah beberapa kali ditinggalkan oleh pelangan-

pelanggannya yang loyal dan beralih kepada competitor. Hal ini merupakan pukulan berat yang sangat dirasakan oleh management PT CNG. Hal ini menyebabkan menurunnya penjualan CNG.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan industri PT Citra Nusantara Gemilang di wilayah Jawa Barat
2. Pengaruh kualitas peralatan terhadap kepuasan pelanggan industri PT Citra Nusantara Gemilang di wilayah Jawa Barat
3. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan industri PT Citra Nusantara Gemilang di wilayah Jawa Barat
4. Pengaruh kualitas pelayanan , kualitas peralatan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan industri PT Citra Nusantara Gemilang di wilayah Jawa Barat

D. Batasan Masalah

Penelitian dibatasi pada :

1. Variabel independent "X" yang terdiri dari: kualitas layanan, kualitas peralatan dan harga
2. Variabel dependent "Y" yaitu kepuasan pelanggan

3. Penelitian mengambil sampel pelanggan industri PT CNG di wilayah Jawa Barat

E. Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang sangat berguna untuk penulis sendiri, dunia pendidikan dan perusahaan tempat penulis sekarang ini bekerja dan mengembangkan diri.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini dapat bermanfaat secara keilmuan terhadap perkembangan ilmu Manajemen terutama pada bidang pemasaran , khusus nya industri *compress Natural Gas* dan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian serupa pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan yang konstruktif bagi perusahaan tempat penulis mengembangkan diri, untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap pelanggan dan sebagai referensi untuk mengembangkan bisnisnya dimasa datang.