

STRATEGI PENJUALAN BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) PADA PERTAMINI YOGA DI KECAMATAN RANTEPAO KABUPATEN TORAJA UTARA

Windi Randa*

Universitas Kristen Indonesia Toraja

*Corresponding author email address: windiranda@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Strategy, Sales, BBM, Pertamini</p> <p>Kata Kunci: Strategi, Penjualan, BBM, Pertamini</p>	<p><i>This study aims to determine the Sales Strategy of Fuel Oil (BBM) at Pertamini Yoga in Rantepao District, North Toraja Regency. The formulation of the problem in this study is the Sales Strategy of Fuel Oil (BBM) at Pertamini Yoga in Rantepao District, North Toraja Regency. The problem of this research is how the Sales Strategy of Fuel Oil (BBM) at Pertamini Yoga in Rantepao District, North Toraja Regency. This study used Qualitative Descriptive research with data collection techniques, namely by observation and interview. The population used is consumers who come to refuel at Pertamini Yoga and Pertamini Yoga owners. The sales strategy used in this study is 4 strategies including: product strategy, price strategy, service strategy and place strategy. The results of the study stated that public interest in Pertamini Yoga was influenced by product quality, pricing, good service and ease of access.</i></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Penjualan Bahan Bakar Minyak (BBM) pada Pertamini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja utara. Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah Strategi Penjualan Bahan Bakar Minyak (BBM) pada Pertamini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara. Persoalan penelitian ini adalah bagaimana Strategi Penjualan Bahan Bakar Minyak (BBM) pada Pertamini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu secara observasi dan wawancara. Populasi yang digunakan adalah para konsumen yang datang mengisi bahan bakar di Pertamini Yoga serta pemilik Pertamini Yoga. Strategi penjualan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdapat 4 strategi diantaranya: strategi produk, strategi harga, strategi pelayanan dan strategi tempat. Hasil penelitian menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap pertamini Yoga dipengaruhi oleh kualitas produk, penentuan harga, pelayanan yang baik serta kemudahan aksesnya.</p>

Pendahuluan

Salah satu fenomena yang berkembang saat ini adalah munculnya penjualan bahan bakar minyak yang mulai menggeser eksistensi kios BBM biasa. Kemudian dalam beberapa tahun ini bermunculan para pelaku usaha berbondong-bondong menjual bensin eceran kepada masyarakat dengan menggunakan alat yang hampir sama dengan di tempat SPBU yaitu alat pengisian bahan bakar minyak atau yang biasa disebut *Nozzle* dengan memakai nama pom bensin mini (Suyanto haris).

Perkembangan usaha pertamini yang ada di kabupaten Toraja Utara khususnya di Kecamatan Rantepao semakin ketat. Persaingan yang ketat antara penjualan pertamini tersebut menyebabkan masing-masing pengusaha berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin untuk dapat mempertahankan konsumen dalam persaingan tersebut. Pelaku bisnis dituntut untuk menerapkan strategi penjualan yang dianggap tepat dalam meningkatkan penjualan bahan bakar minyak pada pertamini, mengingat strategi penjualan merupakan bagian penting dari sebuah kegiatan usaha, baik yang bergerak dibidang jasa maupun produk.

Pada pertamini Yoga di kecamatan Rantepao, mempunyai strategi penjualan yang dimana memudahkan konsumen dalam bertransaksi, dimana posisi berdirinya pertamini Yoga mempunyai lokasi yang cukup bagus karena memungkinkan konsumen dalam mengisi BBM dengan aman karena jarak dari pinggir jalan dan pertamini cukup luas sehingga konsumen merasa nyaman. Selain itu pada saat mengisi BBM tidak perlu membuang waktu yang lama untuk antri dalam mengisi BBM sehingga waktu tersebut bisa digunakan untuk keperluan yang lain ataupun jika ada keperluan yang mendesak Pertamini ini jalan pintas yang tepat untuk mengisi BBM. Dan juga menjadi alternative tempat pengisian BBM khususnya bagi kendaraan roda dua yang kehabisan bahan bakar sementara lokasi SPBU masih jauh.

Kajian Pustaka

Pengertian Strategi

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Pengertian Penjualan

Menurut Abdulkah dan Tantri (2016:3) Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan system pemasaran.

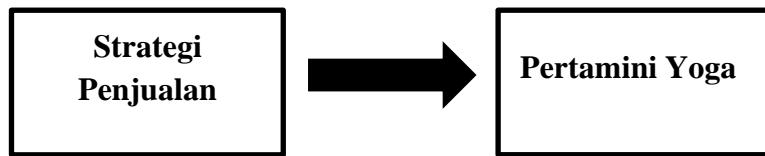
Pengertian Strategi Penjualan

Menurut Khairul Maddy (2010:45) "strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.

Kerangka Berpikir

Setiap bisnis selalu menginginkan usahanya berjalan dengan baik sehingga memperoleh keuntungan. Sehingga pebisnis harus memperhatikan bagaimana strategi penjualan bahan bakar minyak (BBM) pada pertamina mini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, oleh karna itu penulis membuat kerangka berpikir untuk membantu mengkaji secara mendalam tentang strategi penjualan untuk usaha tersebut.

Kerangka Berpikir



Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian untuk memberikan gambaran dan menginterpretasi objek untuk mengetahui strategi penjualan bahan bakar minyak (BBM) pada pertamina mini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara.

Jenis dan Sumber Data

Data primer

Data primer adalah data penjualan dalam bentuk informasi secara lisan yang diperoleh dari toko atau pemilik toko Pertamina Mini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh diluar toko Pertamina Mini Yoga di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata dan bukan angka. Analisa data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan uraian dasar.

Defenisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data. Pada penelitian ini digunakan salah satu alat analisa yaitu strategi penjualan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisis Data

Setiap perusahaan dapat melakukan proses produksi dengan sangat mudah. Akan tetapi belum tentu mereka dapat menjual produksinya serta mendapatkan konsumen. Karena itu strategi sangat perlu dilakukan, khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang produksi agar perusahaan tetap dapat bertahan dan berkembang. Sebelum mengetahui penjelasan tentang strategi yang dilakukan oleh pertamini Yoga, berikut ini adalah tabel jenis kelamin pengunjung serta daftar harga produk yang ada di pertamini Yoga.

1. Jenis Kelamin Pengunjung Pertamini Yoga/Hari

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Pengunjung Pertamini Yoga/Hari

Jenis kelamin	Jumlah Pengunjung (Orang) / Hari

Laki-Laki	30
Perempuan	10

Berdasarkan table 4.3 diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah pembeli per hari dapat di rata-ratakan yaitu dimana pembeli berjenis kelamin laki-laki lebih banyak mengisi bensin dibanding perempuan dimana dari data yang diperoleh berdasarkan tabel diatas, banyaknya jumlah laki-laki yang mengisi bensin yaitu sekitar 30 orang, sedangkan perempuan hanya 10 orang.

2. Jenis dan Daftar Harga Produk

Tabel 4.4
Daftar Harga Produk Pertamini Yoga

No.	Nama Produk	Jumlah per Tangki	Harga/ Liter	Jumlah
1.	Pertalite	100 liter	Rp. 9.000	Rp. 900.000
2.	Pertamax	100 liter	Rp. 12.000	Rp. 1.200.000
Total				Rp. 2.100.000

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, maka dapat dikatakan bahwa harga perliter dari Pertalite yaitu Rp. 9.000 dimana tangki pertalite mampu menampung sebanyak 100 liter, jika tangki tersebut habis dijual maka total pendapatan yang diperoleh oleh dari hasil penjualan Pertalite tersebut sekitar Rp. 900.000, sedangkan pada Pertamax harga per literanya yaitu seharga Rp. 12.000, sama seperti pertalite, tangki pertamax juga dapat menampung sebanyak 100 liter, dan total pendapatan yang diperoleh jika pertamax habis terjual yaitu sekitar Rp. 1.200.000. dan jika di totalkan maka jumlah pendapatan dari Pertalite dan Pertamax yaitu sebesar Rp. 2.100.000 Harga tersebut berlaku per 1x isi dan menurut perkiraan Penjualnya biasanya bensin tersebut habis terjual dalam 3-4 hari.

1. Strategi Penjualan

Perusahaan perlu melakukan strategi agar dapat mencapai keberhasilan dalam suatu usaha. Sehingga strategi sangat penting karna dalam melakukan suatu usaha maka perusahaan memutuskan dan mengambil keputusan yang paling tepat serta strategi penting untuk menghadapi persaingan yang ada di dalam pasar. Strategi juga menjadi hal terpenting dalam perusahaan untuk mendapatkan pencapaian utama dalam keberhasilan suatu bisnis yang kita kelola.

Maka demikian strategi penjualan yang dilakukan oleh Pertamini Yoga terdiri dari:

a. Produk

Strategi Produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya dan juga

berhubungan pula dengan hal-hal lain atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pertamini Yoga ditemukan fakta bahwa pada Pertamini Yoga menyediakan dua jenis produk yaitu Pertalite dan Pertamax, kedua produk yang disediakan ini adalah produk yang banyak dipakai oleh pengguna kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan pada pemilik Pertamini Yoga ini, beliau mengatakan bahwa pertalite dan pertamax yang mereka jual adalah murni hasil dari pembelian di Pertamina jadi pengendara yang ingin mengisi bahan bakar di pertamini Yoga tidak perlu ragu atau khawatir lagi untuk kualitas dan kemurnian dari produk yang mereka jual karena dapat diketahui bahwa produk yang dijual adalah original dan memiliki kualitas yang sama dengan Bahan Bakar Minyak yang dijual pada Pertamina.

b. Harga

Strategi harga merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dan deregulasi, pesaing global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk menetapkan posisinya di pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan posisinya di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pertamini Yoga ditemukan hasil bahwa harga yang tertera pada mesin pertamini adalah harga yang sebenarnya atau harga reel yang tidak dimanipulatif. Seperti yang kita ketahui banyak berita-berita bahkan warga sering mengatakan bahwa banyak penjual pertamini yang memanipulatif takaran liter akibatnya jumlah liter yang sebenarnya tidak sesuai dengan jumlah liter yang kita isi tetapi harga yang kita bayar tetap sama, oleh karna itu pada saat saya melakukan wawancara kepada pemilik Pertamini Yoga beliau mengatakan bahwa takaran yang mereka terapkan adalah takaran yang sesuai dengan takaran aslinya tanpa adanya penggelembungan atau pengurangan pada takaran yang ada di pertamini, beliau juga mengatakan dia tidak ingin melakukan kecurangan dalam berbisnis guna untuk memperoleh keuntungan yang lebih.

Disamping itu harga yang diberikan Pertamini Yoga juga masih tergolong murah dibanding dengan pertamini lain, dimana pada pertamini Yoga mereka menarifkan harga pertalite per 1 liter masih Rp 9.000 sedangkan kebanyakan pada pertamini lainnya mereka memberikan tariff /liter sudah Rp. 10.000 inilah salah satu kelebihan yang bisa dilihat dari harga yang ditawarkan oleh pertamini Yoga.

c. Pelayanan

Strategi pelayanan yaitu cara untuk menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pihak yang bersangkutan dalam pelayanannya harus mendapatkan kepuasan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pertamini Yoga ditemukan fakta bahwa pelayanan yang di berikan pada saat mengisi bahan bakar di Pertamini Yoga adalah setiap pengendara yang ingin mengisi bensin pasti selalu mendapatkan pelayanan yang terbaik seperti penjual selalu ramah terhadap konsumen, selalu menyapa dan sebagainya.

Seperti banyak fakta yang terjadi di lapangan pada saat kita mengisi bensin, ada beberapa penjual yang memberikan pelayanan yang tidak baik misalnya pada saat mengisi bensin ada beberapa penjual yang tidak siap siaga pada saat menjual akibatnya para pengendara harus memanggil berulang kali bahkan bisa menunggu lama hanya untuk memanggil penjualnya, sehingga waktu yang dimiliki pengendara banyak yang terbuang. Disamping itu ada juga penjual yang tidak ramah bahkan tidak senyum sapa kepada konsumen, dan masih banyak lagi pelayanan yang kurang baik yang sering pengendara temui. Akan tetapi pada Pertamini Yoga pada saat saya melakukan penelitian pelayanan yang mereka berikan itu sangat baik, mereka memberikan salam sapa bahkan mereka juga selalu siap siaga di depan pertamini sehingga para pengendara yang hendak mengisi bahan bakar tidak perlu menunggu lama lagi pada saat mengisi bahan bakar.

d. Tempat / Lokasi

Lokasi adalah salah satu penentu tempat yang dapat dikunjungi oleh masyarakat atau pada pelanggan, pertamini Yoga terletak di jln. Poros Singki Pangrante (Singki) Toraja Utara.

Lokasi Pertamini Yoga tergolong sangat strategis dan dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar. Pelayanan yang ada di Pertamini Yoga juga sangat baik sehingga masyarakat tertarik atau banyak diminati. Pada Pertamini Yoga dilihat dari lokasi pertamini yang berada di tepi jalan poros menuju objek wisata negri di atas awan sehingga mudah untuk di akses dan dikunjungi. Hal lain yang perlu dilakukan oleh pertamini Yoga adalah :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan
2. Menjaga kebersihan walaupun tempat atau kiosnya kecil namun para pelanggan merasa nyaman pada saat mengisi bahan bakar.

Adapun salah satu cara yang dilakukan oleh usaha pertamini Yoga yang diberikan kepada pelanggan yaitu: memilih produk yang terjamin kualitasnya (asli), karena kebanyakan Pertamini lainnya memberikan produk pertalite atau pertamax yang tidak asli atau sudah mencampurnya dengan bahan lain sehingga dapat merusak mesin yang ada di dalam motor pelanggan. Inilah yang membedakan Pertamini Yoga dengan Pertamini lainnya.

Pembahasan

Strategi penjualan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha dan harus mempunyai strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Produk yang ditawarkan kepada pelanggan pada Pertamini Yoga adalah Pertalite dan Pertamax. Pertamini Yoga selalu memperhatikan kualitas terbaik dari produk yang mereka jual, hal ini dapat dilihat dari produk yang mereka jual adalah produk yang terjamin kualitasnya dan keasliannya.

Berdasarkan pendapat dari pelanggan Pertamini Yoga mereka mengetahui dan rajin mengisi bahan bakar di pertamini yoga karna mereka sudah merasakan pelayanan dan kualitas produk yang mereka sediakan disana. Ditambah lagi cerita yang beredar dari mulut ke mulut sehingga banyak masyarakat yang tertarik dan mempercayakan Pertamini Yoga pada saat mereka ingin mengisi bahan bakar. Pelanggan menilai bahwa kualitas produk yang mereka jual sangat terjamin kemurniannya serta pelayanan yang mereka berikan sangat ramah dibandingkan dengan pertamini lainnya.

Namun dari kelebihan yang dipaparkan mengenai pertamini Yoga diatas, ada juga beberapa kendala yang dapat menghambat jalannya usaha ini. Kendala yang dihadapi oleh Pertamini Yoga adalah pada saat ingin mengisi tangki pertalite dan pertamax kita harus ikut mengantre untuk mendapatkan bahan bakar dan ada beberapa kesempatan antriannya bias sangat lama karna banyak juga pesaing yang datang untuk mengambil bahan bakar minyak di pertamina, belum lagi bahan bakar yang ada di pertamina sering habis atau kosong, jadi penjualan yang ada di pertamini juga harus tutup sehingga menyebabkan pendapatan yang diterima juga tidak ada.

Simpulan

- a. Strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan dan juga berhubungan dengan hal-hal lain atau atribut yang melekat pada produk dan selalu memperhatikan kualitas, di mana produk yang disediakan yaitu pertalite dan pertamax.
- b. Strategi harga dengan mempertahankan harga yang sudah terjangkau tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut.
- c. Strategi pelayanan yaitu memiliki pelayanan yang baik contohnya ramah kepada konsumen, saling tegur sapa dalam melayani konsumen.
- d. Strategi Tempat yaitu Pertamini Yoga sangat mudah untuk diakses karna letaknya berada di pinggir jalan poros.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.Teknik Penjualan yang efektif. Raja Presentasi : Yogyakarta. <https://rajapresentasi.com/2012/03/strategi-penjualan-dan-teknik-penjualan-yang-efektif/>
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Antariksa yodhia. 2012. *Strategi Penjualan dan*
Asyari, Fatimah dan Suyanto Haris. Banyaknya Penjualan BBM dengan Mengguanakan Pom Mini tanpa di Lengkapi Izin di Kecamatan Muara Wahau kabupaten Kutai Timur. 2019. *Jurnal Legalitas*. 4(2) :104-122
- Basu Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Basu, Swastha . (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Basu, Swastha. (2001). *Manajemen Penjualan*, Cetakan kelima BPFE: Yogyakarta.
- Basu, Swastha. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Basu, Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE UGM
- Craig dan grant. 2016. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Liberty Modern : Yogyakarta
- David, Fred R. 2011. *Strategic Manajemen*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bbisanis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Swadaya.
- Effendi Pakpahan, (2010). *Volume Penjualan*. Jakarta : PT. Bina Initama Sejahtera
- Ernawan, Erni R. 2009. *Busines Ethics*. Bandung : Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. CV. Andi Offset, Yogyakarta
- Gie.2021. Marketing dan Manajemen. <https://acuarate.id/Marketing-Manajemen/Strategi-Penjualan/>
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan" Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat. Jurnal (Online)
- Hidayat, Wilistinigsih Sri. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pertamax Turbo di Depo Plumpang PT. Pertamina (Persero). Bina Manfaat Ilmu : Jurnal Pendidikan, 3(02) : 49-79
- Johnson, G., Scholes, K., 2016., *Exploring Corporate Strategy*. 8 Edition. Boston: Prentice Hall.
- Kotler, Amstrong, 2008, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 2, Jakarta : PT.Indeks.
- Kurniansyah, D dan Hakim, H. Lukmanul. Penerapan Peraturan BPH Migas Nomor 6 Tahun 2015 Terhadap Pelaku Usaha Pertamini/Pommini di Kabupaten Karawang Tahun 2018. *Jurnal Politikom Indonesiana*. 3(2) : 215 – 230
- Lestari Wahyu Dwi dan Suwardi. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Pertalite PT Pertamiba (Persero) Marketing Operation Region II Sumbagsel. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Maddy, Khairul. 2010. Penjualan Personal (Personal selling).
<http://ammarawirausaha.blogspot.com/2010/10/personal-selling-penjualan-perseorangan.html>. Diakses pada tanggal 1 oktober 2013.

- Pertamini, *Wikipedia the free Encyclopedia*. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pertamini_\(05_November_2021\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pertamini_(05_November_2021)).
- Siagian, Sondang. P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan ke-24. Jakarta: Bumi Aksara
- Simorangkir, O.P. 2003. *Etika: Bisnis Jabatan, dan Perbankan*. Jakarta ; Rineka Cipta
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Stephanie & K. Marrus. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi Widharta, Willy Pratama dan Sugiono Sugiharto. 2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1 Hal 1-15.
- Winardi. 2011. *Kepemimpinan dalam Manajemen*, PT. Rineka Cipta. Jakarta.