

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumen merupakan komponen kunci dalam memahami bagaimana pasar bergerak dan bagaimana suatu produk atau layanan dipilih oleh masyarakat, khususnya pada sektor yang menyangkut kebutuhan vital seperti Bahan Bakar Minyak (BBM). BBM merupakan komoditas energi yang memiliki peranan sangat penting dalam mendukung berbagai aktivitas kehidupan yakni untuk menunjang mobilitas masyarakat serta operasional beragam sektor ekonomi (Posi & Muhammad, 2023). Dalam memilih BBM, preferensi masyarakat dipengaruhi oleh faktor seperti persepsi harga, kualitas layanan, serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan sebagai konsumen (Nie & Sugiyanto, 2025). Di Indonesia, pasar BBM menyediakan pilihan dari penyedia lokal maupun swasta. Namun, masyarakat pada umumnya lebih banyak menggunakan BBM dari penyedia lokal karena adanya subsidi pemerintah yang membuat harga BBM tertentu lebih terjangkau dibandingkan yang disediakan oleh penyedia swasta. Dalam hal ini, penyedia BBM lokal yang memenuhi kebutuhan masyarakat selama bertahun-tahun adalah PT Pertamina (Persero) (Febrianti et al., 2025).

PT Pertamina merupakan BUMN yang memegang peran sentral dalam sektor minyak dan gas Indonesia. Sebagai penyedia utama BBM di dalam negeri, Pertamina tidak hanya berfungsi sebagai pemasok bahan bakar, tetapi juga memikul tanggung jawab sosial dan kepercayaan publik karena posisinya yang sangat

dominan di pasar (Efendi et al., 2025). Hal ini tercermin dari pangsa pasarnya yang mencapai sekitar 96% untuk produk BBM jenis bensin (Muliawati, 2025). Di tengah meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas, Pertamina menghadapi sejumlah isu serius yang memengaruhi persepsi publik. Salah satunya adalah kasus pengoplosan BBM yang diungkap Kejaksaan Agung pada awal tahun 2025. Temuan tersebut menunjukkan adanya praktik pengoplosan yang dilakukan secara terorganisir oleh oknum di anak perusahaan BUMN, di mana praktik *blending* bahan bakar ber-RON lebih rendah ke RON 92 dilakukan untuk menekan biaya produksi dan memperoleh keuntungan yang lebih besar (Aulia et al., 2025). Selain itu, Pertamina juga sempat menghadapi keluhan masyarakat terkait dugaan penurunan kualitas BBM, seperti kasus motor brebet (mesin tersendat) setelah pengisian Pertalite di sejumlah wilayah Jawa Timur yang ramai diberitakan pada bulan Oktober 2025 (Uly & Aprilia, 2025).

Berbagai persoalan tersebut mulai memengaruhi persepsi konsumen terhadap keandalan BBM Pertamina. Indikasi ketidakpuasan semakin terlihat dari temuan media dan hasil survei yang dirilis Litbang Kompas pada Maret 2025, yang dilakukan tidak lama setelah kasus pengoplosan BBM muncul. Survei terhadap 532 responden tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh masyarakat mulai meragukan konsistensi kualitas BBM Pertamina. Dalam grafik di bawah memperlihatkan bahwa sebanyak 57% responden menyatakan tidak percaya pada kualitas BBM Pertamina, sementara hanya 43% yang percaya. Persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap Pertamina cenderung pada kondisi kurang stabil.



Gambar 1. 1 Survei Kepercayaan Masyarakat Terhadap BBM Pertamina

Sumber: (Sidik, 2025)

Selain itu, keluhan mengenai layanan SPBU Pertamina juga turut memperkuat persepsi negatif konsumen.



Gambar 1. 2 Reaksi Negatif Terkait Pelayanan BBM Pertamina

Sumber: (Platform X)

Selain persoalan kualitas dan layanan, dinamika harga BBM turut menjadi faktor penting yang mendorong sebagian konsumen mempertimbangkan untuk meninggalkan Pertamina. Pada periode penyesuaian harga terbaru, Pertamina menaikkan harga beberapa produk nonsubsidi seperti Dexlite dan Pertamina Dex. Sementara itu, sejumlah SPBU swasta justru melakukan penurunan harga pada beberapa produk utamanya, sehingga selisih harga antara Pertamina dan penyedia swasta tidak lagi terlalu jauh. Kondisi ini semakin memengaruhi persepsi konsumen, terutama ketika banyak pengguna menilai bahwa pengalaman pengisian BBM di SPBU swasta sering kali dinilai lebih baik, baik dari segi pelayanan maupun kenyamanan. Ketika harga yang ditawarkan relatif bersaing tetapi disertai kualitas layanan yang dianggap lebih memuaskan, sebagian konsumen mulai melihat opsi penyedia swasta sebagai alternatif yang lebih bernilai.

Tabel 1. 1 Harga Perbandingan Pertamina dan BP-AKR (Per 10 November 2025)

| .Pertamina | Harga Lama | Harga Baru | BP-AKR | Harga Lama | Harga Baru |
|-------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Pertamax (RON 92) | Rp12.200 | - | BP 92 | Rp12.890 | Rp12.680 |
| Pertamax Green (RON 95) | Rp13.000 | - | BP Ultimate | Rp13.420 | Rp.13.260 |
| Dexlite (CN 51) | Rp13.700 | Rp13.900 | BP Ultimate Diesel | Rp14.270 | Rp14.410 |
| Pertamina Dex (CN 53) | Rp14.000 | Rp14.200 | | | |

Sumber: (Setiawan, 2025)

Di antara berbagai penyedia BBM swasta, BP-AKR muncul sebagai salah satu alternatif yang menarik bagi konsumen. Ketika harga yang ditawarkan relatif bersaing tetapi disertai kualitas layanan yang dianggap lebih memuaskan, sebagian konsumen mulai menilai bahwa BP-AKR menawarkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan penyedia sebelumnya. Setelah mencuatnya kasus “motor brebet”,

banyak pengguna melaporkan bahwa performa kendaraan terutama tarikan gas menjadi lebih halus dan stabil setelah beralih menggunakan BBM BP-AKR.



Gambar 1. 3 Respon Konsumen Setelah Menggunakan BBM BP-AKR

Sumber: (Platform X)

Selain itu, meningkatnya antrean kendaraan di sejumlah SPBU BP-AKR menunjukkan adanya lonjakan permintaan, yang mengindikasikan bahwa semakin banyak konsumen melihat BP-AKR sebagai pilihan yang lebih menarik, baik dari sisi pelayanan, kenyamanan fasilitas, maupun pengalaman pengisian secara keseluruhan.



Gambar 1. 4 Fenomena Antrian di SPBU BP-AKR

Sumber: (Dokumen Pribadi)

Meskipun minat terhadap BP-AKR semakin meningkat, tidak semua konsumen dapat dengan mudah melakukan perpindahan. Sebagian pengguna masih memilih bertahan menggunakan BBM Pertamina karena adanya hambatan tertentu yang membuat proses berpindah tidak selalu praktis. Salah satu kendala utamanya adalah keterbatasan jumlah SPBU BP-AKR yang masih jauh lebih sedikit dibandingkan jaringan SPBU Pertamina, sehingga akses terhadap penyedia alternatif belum merata di seluruh wilayah. Selain itu, sebagai penyedia swasta, BP-AKR memiliki keterbatasan dalam kuota impor BBM yang membuat mereka tidak selalu mampu memenuhi lonjakan permintaan secara cepat. Ketika permintaan meningkat drastis, ketersediaan stok di SPBU BP-AKR bisa menjadi tidak stabil.

Pola perpindahan konsumen dari Pertamina menuju BP-AKR mulai dari munculnya faktor pendorong, ketertarikan terhadap alternatif baru, hingga keberadaan hambatan untuk berpindah menunjukkan bahwa keputusan konsumen tidak terjadi secara sederhana, tetapi dipengaruhi oleh berbagai dinamika yang saling terkait. Untuk memahami dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan model *Push*, *Pull*, dan *Mooring* (PPM). Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Bansal et al., (2005) dalam hal perilaku migrasi konsumen, dan sejak saat itu banyak digunakan untuk memahami keputusan perpindahan dalam berbagai layanan. Dalam model PPM, faktor *push* menggambarkan faktor negatif yang mendorong individu untuk meninggalkan layanan (lama). Sebaliknya, faktor *pull* menggambarkan faktor positif yang memberikan daya tarik terhadap pilihan baru. Sementara itu, faktor *mooring* merujuk pada kondisi faktor individu, sosial dan budaya yang menghambat keputusan untuk berpindah (Sa'baniyah et al., 2025).

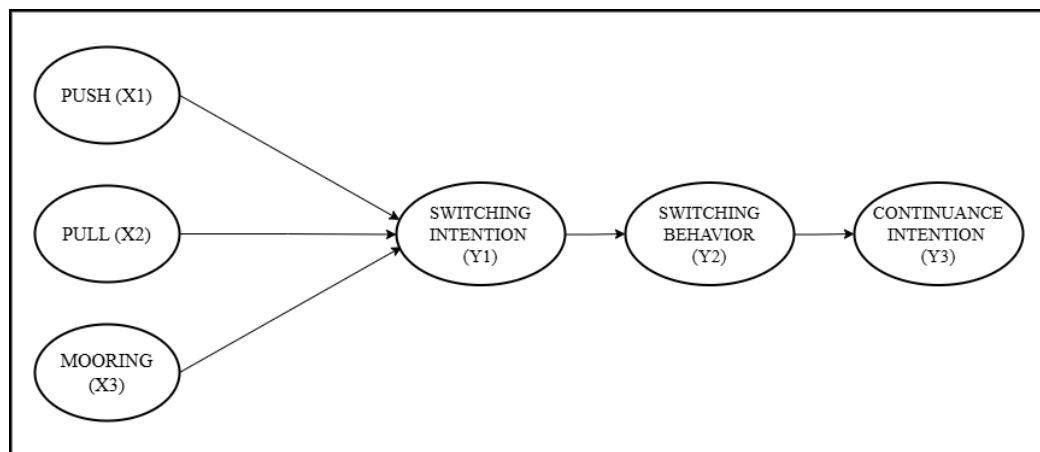
Switching intention merupakan keyakinan atau kemungkinan sejauh mana seorang pelanggan untuk meninggalkan penyedia layanan yang digunakan saat ini dan beralih ke layanan lain (Ichsan, 2025). Sedangkan *switching behaviour* merupakan tindakan konsumen yang beralih dari satu penyedia layanan ke penyedia layanan lain, baik secara total atau sebagian (Ichsan, 2025). Setelah melakukan *switching behavior*, muncul tahapan yang disebut *Continuance Intention* (CI). CI didefinisikan sebagai intensi seseorang untuk terus menggunakan layanan baru yang telah dipilih (Yang & Jong, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan Ichsan (2025) dan Primadineska (2021) menunjukkan bahwa *switching intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching behavior*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar niat konsumen untuk berpindah, akan semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan perpindahan pada alternatif yang lebih baik. Menurut (Limayem et al., 2007 dalam Li & Kitcharoen, 2022), perilaku berpindah menjadi tahap awal yang mendorong terbentuknya *Continuance Intention*. Ketika pengguna telah benar-benar beralih dan mulai berinteraksi secara intens dengan penyedia layanan baru, perilaku penggunaan yang berulang akan membentuk kebiasaan serta meningkatkan kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, beberapa penelitian terdahulu yang mendasari pembentukan *switching intention* menggunakan model PPM menunjukkan temuan yang beragam. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Muttaqin (2022) menemukan bahwa faktor *push*, *pull* dan *mooring* berpengaruh signifikan terhadap niat berpindah. Kemudian, penelitian yang dikemukakan oleh

Lin et al., (2021) menunjukkan bahwa tidak semua komponen *mooring* menunjukkan pengaruh langsung, dimana *habit* tidak memoderasi hubungan *push* dan *pull* terhadap *switching intention*, sementara *switching cost* hanya melemahkan sebagian pengaruh tersebut. Meskipun model *Push, Pull, dan Mooring* (PPM) telah banyak digunakan untuk menjelaskan niat berpindah pada berbagai layanan seperti *e-commerce*, perbankan digital, dan aplikasi komunikasi, penerapan model ini pada sektor BBM masih sangat terbatas. Selain itu, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan terdapat perbedaan pada pengaruh faktor *mooring*. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa peran *mooring* mungkin berbeda antar penelitian, dan belum banyak diteliti dalam lingkungan layanan energi seperti BBM.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* AMOS untuk menganalisis pengaruh variabel *push, pull, dan mooring* terhadap *switching intention, switching behavior* serta *Continuance Intention* konsumen BBM. Metode SEM dipilih karena merupakan sebuah teknik analisis yang menguji sebuah rangkaian hubungan secara simultan. Hubungan dapat dibangun antara beberapa variabel independen atau beberapa variabel depeden (Pamungkas et al., 2025). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana faktor *push, pull, dan mooring* berinteraksi dalam membentuk niat dan perilaku perpindahan pengguna. Secara konseptual, model penelitian ini menggambarkan hubungan kausal yang bersifat berurutan, di mana faktor *push, pull, dan mooring* memengaruhi *switching intention*, yang selanjutnya memengaruhi *switching behavior*, dan pada akhirnya membentuk *continuance intention*. Struktur hubungan yang berantai tersebut

memungkinkan untuk dianalisis tidak hanya pengaruh langsung antarvariabel, tetapi juga pengaruh tidak langsung yang terjadi melalui variabel dalam model. Keberadaan mekanisme pengaruh tidak langsung tersebut akan dapat diidentifikasi melalui analisis *direct effect*, *indirect effect*, dan *total effect* pada hasil SEM, sehingga dapat diketahui apakah hubungan antarvariabel berlangsung secara langsung maupun melalui jalur tidak langsung. Berdasarkan telaah teori dan penelitian terdahulu, diperoleh konsep penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. 5 Kerangka Konseptual Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh faktor *Push* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?
2. Bagaimana pengaruh faktor *Pull* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?
3. Bagaimana pengaruh faktor *Mooring* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?

4. Bagaimana pengaruh *Switching Intention* terhadap *Switching Behavior* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?
5. Bagaimana pengaruh *Switching Behavior* terhadap *Continuance Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?
6. Bagaimana model persamaan struktural yang menggambarkan hubungan antara faktor *Push*, *Pull* dan *Mooring* terhadap *Switching Intention*, *Switching Behavior* serta *Continuance Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada perilaku konsumen BBM di Surabaya, khususnya terkait keputusan berpindah dari Pertamina sebagai penyedia BBM lokal ke penyedia BBM swasta BP-AKR.
2. Penelitian ini menggunakan model *Push*, *Pull*, dan *Mooring* (PPM) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perpindahan konsumen dari Pertamina ke BP-AKR. Analisis data dilakukan menggunakan *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dengan bantuan software AMOS.
3. Responden penelitian adalah masyarakat umum di Surabaya yang pernah menggunakan BBM Pertamina dan setidaknya pernah atau sedang

menggunakan BBM BP-AKR, sehingga dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman aktual.

1.4 Asumsi Penelitian

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden diasumsikan merupakan konsumen yang pernah menggunakan BBM Pertamina dan saat ini pernah atau sedang menggunakan BBM BP-AKR, sehingga dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman nyata terhadap kedua penyedia BBM tersebut.
2. Jawaban responden dalam kuesioner diasumsikan jujur, objektif, dan mencerminkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan BBM Pertamina maupun BP-AKR.
3. Data yang diperoleh dari kuesioner diasumsikan dapat menggambarkan perilaku *switching* konsumen BBM di Surabaya, khususnya terkait perpindahan dari Pertamina ke BP-AKR.
4. Responden diasumsikan memiliki pemahaman dan pengalaman yang cukup untuk mengevaluasi faktor pendorong (*push*), faktor penarik (*pull*), serta faktor penghambat (*mooring*) dalam keputusan perpindahan dari Pertamina ke BP-AKR.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor *Push* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor *Pull* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor *Mooring* terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Switching Intention* terhadap *Switching Behavior* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Switching Behavior* terhadap *Continuance Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.
6. Untuk mengetahui model persamaan struktural yang menggambarkan hubungan faktor *Push*, *Pull* dan *Mooring* terhadap *Switching Intention*, *Switching Behavior* serta *Continuance Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat Teoritis
 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang teknik industri, khususnya dalam

kajian perilaku konsumen dan *switching behavior* pada sektor energi dan bahan bakar minyak.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penggunaan model *Push*, *Pull*, dan *Mooring* (PPM) dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perpindahan konsumen dari penyedia BBM lokal ke penyedia BBM swasta, sehingga memperluas cakupan penggunaan PPM pada industri utilitas.
- b) Manfaat Praktis
1. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penyedia BBM swasta dalam memahami faktor-faktor yang menarik konsumen untuk beralih, sehingga dapat dimanfaatkan untuk merumuskan strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, dan penguatan citra merek.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai isi dari setiap bab, sehingga pembaca dapat mengikuti alur penelitian secara menyeluruh. Masing-masing bab membahas topik tertentu yang saling berkaitan dalam menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan serta asumsi penelitian, serta penjelasan singkat mengenai sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori yang relevan dengan penelitian, meliputi konsep dasar yang terkait dengan variabel penelitian, model *Push, Pull*, dan *Mooring (PPM)*, metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan perangkat lunak AMOS, hipotesis penelitian, serta penelitian terdahulu yang mendukung.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, yang mencakup lokasi dan waktu penelitian, definisi serta identifikasi variabel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan, analisis data dengan SEM, serta interpretasi temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian, yang disusun untuk menjawab rumusan masalah sekaligus merefleksikan tujuan penelitian. Selain itu, juga diberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN