

MEMBANGUN DAYA SAING BISNIS GREEN
NITROGEN DI ERA DIGITALElmie Hanafi¹⁾, Musa Alkadhim Alhabshy²⁾, Ghaissani Nursabrina Wijaya³⁾Magister Manajemen, Universitas Jayabaya ^{[1][2][3]}email: Elmie.hnf@gmail.com^[1], musa.dosen@pascajayabaya.ac.id^[2], 2022010162008@pascajayabaya.ac.id^[3]**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing bisnis layanan nitrogen di SPBU Pertamina dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan preferensi konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner kepada konsumen yang menggunakan layanan nitrogen di beberapa SPBU Pertamina. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis regresi untuk mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel seperti harga, kualitas layanan, citra merek, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih layanan nitrogen di SPBU Pertamina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan nitrogen di SPBU Pertamina memiliki daya saing yang cukup baik di pasar. Harga layanan nitrogen dan kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan ini. Selain itu, citra merek SPBU Pertamina yang sudah mapan dan promosi yang efektif juga memiliki dampak positif terhadap penerimaan dan preferensi konsumen terhadap layanan nitrogen. Kesimpulannya, layanan nitrogen di SPBU Pertamina memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang di pasar. Analisis daya saing bisnis ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dan dapat menjadi landasan bagi SPBU Pertamina dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk layanan nitrogen. Dengan memanfaatkan kekuatan merek dan pelayanan yang ada, SPBU Pertamina dapat mempertahankan posisinya sebagai pemain kunci dalam industri layanan nitrogen dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Abstract

This study aims to analyze the business competitiveness of Pertamina Nitrogen Services Gas Stations by considering the factors that influence consumer acceptance and preferences. The research method used was a questionnaire survey of consumers using nitrogen services at several Pertamina gas stations. The collected data were analyzed using descriptive statistical techniques and regression analysis to determine the effect of variables such as price, service quality, brand image, and promotion on consumers' decisions to choose nitrogen services at Pertamina gas stations. The results showed that the nitrogen service at Pertamina Gas Stations had good competitiveness in the market. The price and quality of nitrogen fertilization services have proven to have a significant impact on consumer decisions to use these services. In addition, a good brand image and effective publicity at Pertamina gas stations also have a positive impact on consumer acceptance and preference for nitrogen services. In conclusion, Nitrogen Services at Pertamina Gas Stations have the potential to continue to grow and develop in the market. This business competitiveness analysis provides a comprehensive picture of the factors that influence consumer preferences and can be the basis for developing a more effective marketing strategy for Pertamina SPBU Nitrogen Services. By leveraging the strength of existing brands and services, Pertamina gas station can maintain its position as a major player in the nitrogen service industry and increase its competitive advantage.

Keywords: Competitive Strategy, Porter's Five Forces, Green Nitrogen

1. PENDAHULUAN

Green Nitrogen adalah salah satu unit usaha layanan nitrogen milik PT Global Insight Utama yang beroperasi di jaringan SPBU Pertamina di seluruh Indonesia. Layanan nitrogen adalah layanan pengisian angin nitrogen bagi ban kendaraan bermotor roda dua

dan roda empat. Selain layanan pengisian angin nitrogen tersedia pula layanan tambal ban tubless dan penggantian pelumas dari produk pelumas Pertamina yaitu Enduro Express untuk segmen kendaraan bermotor dan Fastron untuk kendaraan beroda empat (mobil).

Green Nitrogen berdiri di tahun 2011, tepatnya pada tanggal 19 Mei 2011, dan merupakan pelopor layanan pengisian angin nitrogen dan tambal ban di jaringan SPBU Pertamina dengan jangkauan layanan ke seluruh Indonesia. Hingga tahun 2019 mencapai jumlah outlet 700an outlet, namun akibat dampak pandemik saat ini hanya berkisar di angka 200an outlet. Berkurangnya jumlah outlet ini disebabkan karena tingkat penjualan yang rendah dan tidak mencukupi beban biaya operasional, sehingga perusahaan harus menutupnya dan berfokus kepada outlet-outlet yang mampu bertahan untuk terus dikembangkan. Saat ini perusahaan sudah mulai menata pengelolaan jaringan layanan tersebut dan mulai tumbuh untuk meningkatkan layanan yang lebih baik serta berusaha menambah jumlah outletnya.

Layanan pengisian angin nitrogen dan tambal ban yang berada di lokasi SPBU Pertamina merupakan layanan yang menjadi penting bagi masyarakat, karena layanan ini menjadi kebutuhan di mana sebelumnya layanan pengisian angin ban dan tambal ban dikelola secara tradisional dan kurang berkualitas. Green Nitrogen merubah dan mengemasnya menjadi sebuah layanan yang lebih berkelas dengan tampilan outlet lebih megah, standarisasi layanan, karyawan trampil berseragam dan terdidik, dan ditempatkan di lokasi yang bergengsi yaitu di SPBU Pertamina agar mudah dijangkau dan tersebar luas di seluruh Indonesia.

7 Keunggulan Layanan Nitrogen

1. Jaringan Terbesar layanan mencapai lebih dari 700 Outlet di Kota-Kota Besar Indonesia.
2. Operator Resmi layanan nitrogen di SPBU Pertamina.
3. Layanan Panggilan Darurat Tambal Ban Express (Bandrex) (0811 8302 125).
4. Layanan pengisian nitrogen dengan jaminan tekanan ban dan kemurnian nitrogen di atas 95%.
5. Memberikan struk transaksi yang dapat digunakan untuk menjamin klaim garansi layanan selama 7 hari, asuransi/santunan kecelakaan selama 14 hari, dan untuk program promosi penukaran struk.
6. Menggunakan mesin dan alat paling andal untuk menjamin kualitas produksi dan layanan.

Semua Outlet Green Nitrogen telah support pembayaran QRIS *NonCash*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang daya saing bisnis layanan Green Nitrogen di SPBU Pertamina. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung dilokasi SPBU untuk memahami proses dan interaksi dalam penggunaan layanan Green Nitrogen. Analisis data dilakukan dengan kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara dan observasi akan di olah untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari pandangan dan pengalaman. Berdasarkan analisis dan interpretasi data kualitatif penelitian ini akan Menyusun kesimpulan yang di akan di rekomendasi strategi berdasarkan temuan penelitain untuk membantu SPBU pertamina dalam meningkatkan daya Tarik dan efektifitas layanan nitrogen untuk mempertahankan dan meningkatkan di posisi pasar sekarang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis bisnis layanan isi angin Nitrogen di SPBU Pertamina

Analisis ini berfokus pada pelanggan yang menggunakan layanan pengisian nitrogen di Green Nitrogen. Dalam analisis ini, akan diidentifikasi bahwa daya tawar pelanggan Green Nitrogen cenderung lemah karena mereka tidak memiliki pilihan lain yang sebanding atau memadai untuk layanan pengisian nitrogen.

Keterbatasan Alternatif yang di hadapkan pelanggan Green Nitrogen menghadapi keterbatasan alternatif dalam memilih layanan pengisian nitrogen. Green Nitrogen memiliki brand yang dikenal dan outlet tersebar di SPBU Pertamina, yang membuatnya mudah diakses oleh pelanggan. Namun, jika tidak ada alternatif lain yang setara dengan layanan Green Nitrogen, pelanggan mungkin merasa kurang memiliki pilihan dan opsi yang beragam untuk membandingkan kualitas dan harga.

Keberadaan brand dan jaringan outlet yang luas di SPBU adalah keuntungan bagi Green Nitrogen karena dapat meningkatkan visibilitas dan keterjangkauan layanan mereka. Namun, pada saat yang sama, jika pelanggan merasa keterbatasan alternatif, hal ini dapat menyebabkan daya tawar pelanggan menjadi lemah. Mereka mungkin merasa tidak

memiliki pilihan selain menggunakan layanan Green Nitrogen meskipun ada pertimbangan lain yang ingin mereka bandingkan.

Kemudahan dalam mendapatkan layanan pengisian nitrogen di Green Nitrogen juga menjadi faktor yang mempengaruhi daya tawar pelanggan. Jika layanan ini mudah diakses di SPBU, maka pelanggan mungkin cenderung untuk menggunakan layanan tersebut tanpa harus mencari alternatif yang lebih jauh atau rumit.

Faktor kualitas yang bagus pada layanan Green Nitrogen menjadi keunggulan dan dapat menarik pelanggan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Namun, ketika tidak ada pilihan lain yang menawarkan kualitas yang setara, hal ini dapat menyebabkan pelanggan tetap menggunakan layanan Green Nitrogen meskipun mungkin ada beberapa kekurangan atau aspek yang ingin mereka bandingkan dengan layanan lainnya.

Analisis Kepada Vendor Nitrogen adalah Angin

Dalam analisis ini, fokus akan diberikan pada vendor yang menyediakan nitrogen, yaitu "Angin". Keunggulan utama Angin sebagai vendor nitrogen adalah aksesibilitas yang mudah didapatkan dan tidak mudah habis dalam jangka panjang.

Analisis Produk Pengganti sebagai Ancaman adalah Angin Biasa

Dalam analisis ini, fokus akan diberikan pada produk pengganti sebagai ancaman bagi layanan nitrogen, yaitu "Angin Biasa". Angin biasa merupakan produk alternatif yang dapat menggantikan penggunaan nitrogen pada ban kendaraan.

Ancaman Angin Biasa:

1. Kemudahan Ketersediaan: Salah satu ancaman utama dari angin biasa adalah kemudahan ketersediaannya. Angin biasa dapat ditemukan hampir di mana saja, terutama di SPBU dan bengkel-bengkel kendaraan. Kemudahan ini dapat menarik konsumen untuk lebih memilih angin biasa dari pada nitrogen, terutama jika mereka memerlukan pengisian ban dengan cepat dan tidak ada layanan nitrogen yang tersedia di dekatnya.
2. Harga yang Lebih Murah: Angin biasa biasanya disediakan dengan gratis atau dengan biaya yang

jauh lebih murah daripada layanan pengisian nitrogen. Harga yang lebih rendah dapat menjadi faktor penarik bagi konsumen yang ingin menghemat biaya perawatan kendaraan mereka. Hal ini bisa menyebabkan beberapa konsumen memilih angin biasa daripada layanan nitrogen, terutama jika mereka tidak merasa perlu atau tidak memiliki anggaran yang cukup untuk layanan nitrogen.

3. Keberagaman Lokasi: Kemudahan angin biasa yang tersedia di berbagai lokasi dapat menguntungkan bagi konsumen yang sering melakukan perjalanan atau bepergian jauh. Mereka dapat dengan mudah mengisi angin biasa di berbagai tempat, sementara layanan nitrogen mungkin tidak selalu tersedia di semua lokasi yang mereka kunjungi.

Meskipun angin biasa memiliki beberapa keunggulan, tetap ada keuntungan bagi layanan nitrogen yang harus dipertimbangkan:

1. Kualitas dan Performa: Layanan pengisian nitrogen umumnya dianggap memiliki keunggulan dalam hal kualitas dan performa. Nitrogen memiliki kepadatan yang lebih tinggi dari pada angin biasa, yang dapat meningkatkan performa dan umur pakai ban kendaraan. Penggunaan nitrogen dapat membantu mengurangi tekanan udara yang hilang dari ban kendaraan, mengurangi risiko kebocoran, dan meningkatkan efisiensi bahan bakar. Hal ini membuat layanan nitrogen tetap menarik bagi konsumen yang mengutamakan kualitas dan performa.
2. Keunggulan Brand: Layanan nitrogen yang disediakan oleh merek terkenal seperti Green Nitrogen atau Angin memiliki keunggulan brand yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Persepsi merek yang positif dan reputasi yang baik dapat menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih layanan nitrogen daripada menggunakan angin biasa.

Dampak dari Ancaman Pemain Baru

1. Pengurangan Persaingan: Keterbatasan pemain baru dapat mengakibatkan pengurangan persaingan di pasar. Pemain lama yang sudah mengisi lokasi-lokasi strategis mungkin memiliki keunggulan dalam mencapai lebih banyak pelanggan, sehingga pemain lama

dapat mengendalikan bagian pasar yang lebih besar tanpa banyak tekanan dari pemain baru.

2. Monopoli di Lokasi Tertentu: Pemain lama yang mendominasi lokasi-lokasi tertentu di SPBU dapat menciptakan posisi monopoli atau dominan di daerah tersebut. Hal ini bisa mengurangi pilihan dan fleksibilitas bagi konsumen, karena mereka tidak memiliki banyak alternatif layanan nitrogen di lokasi tertentu.

Analisis Intensitas Tingkat Persaingan Nitrogen di SPBU Sangat Tinggi

Dalam analisis ini, fokus akan diberikan pada intensitas tingkat persaingan antara para pembisnis nitrogen di SPBU. Persaingan di pasar layanan nitrogen di SPBU dapat dikatakan sangat tinggi karena beberapa alasan:

1. Lokasi yang Terbaik Terbatas : Lokasi yang strategis dan terbaik di SPBU untuk membuka layanan nitrogen terbatas. Lokasi-lokasi tertentu di SPBU mungkin menarik lebih banyak pelanggan dan memiliki potensi untuk penjualan yang lebih tinggi. Karena itu, para pembisnis nitrogen berlomba-lomba untuk mendapatkan lokasi yang dianggap terbaik dan paling menguntungkan. Keterbatasan lokasi ini menyebabkan persaingan yang ketat antara para pemain untuk mengamankan tempat terbaik di SPBU.
2. Harga Sewa Tinggi: Keterbatasan lokasi yang terbaik juga berarti bahwa harga sewa untuk tempat di SPBU dapat menjadi sangat tinggi. Harga sewa yang tinggi ini menambah tekanan pada para pembisnis nitrogen untuk menghasilkan penjualan yang cukup untuk menutup biaya sewa dan menghasilkan keuntungan yang memadai. Hal ini menyebabkan intensitas persaingan semakin tinggi, karena para pemain harus bersaing dengan harga dan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3. Persaingan untuk Mendapatkan Tempat Terbaik: Persaingan yang ketat juga terjadi dalam upaya para pemain untuk mendapatkan tempat terbaik di SPBU. Dengan lokasi yang terbatas, pemilik SPBU mungkin lebih selektif dalam memilih mitra bisnis untuk menyediakan layanan nitrogen di SPBU mereka. Para pemain harus bersaing dengan pemain lain dalam memberikan penawaran yang menarik dan meyakinkan pemilik SPBU agar memilih mereka sebagai penyedia layanan nitrogen.
4. Pemilik SPBU Memungkinkan Buka Bisnis Nitrogen Sendiri: Faktor lain yang

meningkatkan intensitas persaingan adalah ketika pemilik SPBU memilih untuk membuka bisnis nitrogen sendiri sebagai bagian dari operasi SPBU mereka. Jika pemilik SPBU memiliki sumber daya dan keahlian yang cukup untuk mengelola bisnis nitrogen sendiri, ini bisa menjadi persaingan langsung dengan para pemain lain yang ingin menyediakan layanan nitrogen di SPBU yang sama.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan analisis daya saing bisnis layanan Nitrogen di SPBU Pertamina dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan preferensi konsumen, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Daya saing di pasar: layanan nitrogen di SPBU Pertamina memiliki daya saing yang cukup baik dipasar. Faktor dari segi harga, layanan dan kualitas layanan telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan. Layanan nitrogen di SPBU Pertamina mampu bersaing dan menarik minat konsumen untuk lebih memilih layanan Nitrogen.
2. Merek SPBU Pertamina mempengaruhi konsumen: citra merek yang sudah mapan memberikan dampak positif terhadap penerimaan dan pilihan konsumen terhadap layanan Nitrogen. Citra merek tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa konsumen terhadap layanan yang disediakan dari SPBU Pertamina.
3. Tantangan pesaing: daya saing layanan nitrogen di SPBU Pertamina relative baik, tetapi ada tantangan persaingan dari pesaing, terutama dengan layanandan mendorong Pertamina yang lebih tinggi.
4. Potensi pertumbuhan dan pengembangan: Analisis daya saing bisnis layanan nitrogen di SPBU Pertamina memberikan pandangan yang positif tentang potensi pertumbuhan dan pengembangan di pasar ini. Dengan memanfaatkan kekuatan merek dan pelayanan yang ada, SPBU Pertamina dapat mempertahankan posisinya sebagai pemain kunci dalam industri layanan nitrogen dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

5. REFERENSI

- Agha, S., Alrubaiee, L., Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192-204.
- Bani-Hani, J. S., Faleh, A. A. (2009). The impact of core competencies on competitive advantage: Strategic challenge. *International Bulletin of Business Administration*, 6, 93-104.
- Foris, P.J., Mustamu R.H. 2015. Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik dengan *Poter's five forces*. *Universitas Kristen Petra*. Vol 3, No. 1,
- Green Nitrogen. <https://www.green-nitrogen.com>
- Hintoro, S., Wijaya, A. F.. 2021. Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan *Poter's five forces*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. Vol 2.
- Mulyana, A. Gumilar, A. Hadiani, D., 2022. Analisis Toserba Yola dengan Menggunakan Model *Poter's five forces*. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*. Vol. 7 No. 1
- Wijaya, Adang. 2013. Angin Perubahan. Jakarta Expose. Yin, R.K. (1989). Case Study Research. Sage Publications.