

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan aktivitas bisnis di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, termasuk stabilitas ekonomi, peningkatan konsumsi masyarakat, serta dorongan investasi di berbagai sektor strategis. Seiring dengan laju perkembangan tersebut, kebutuhan masyarakat dan dunia usaha terhadap berbagai sumber daya, terutama energi, juga mengalami peningkatan yang tajam.

Energi merupakan komponen vital dalam mendukung keberlangsungan aktivitas masyarakat maupun operasional sektor industri. Salah satu bentuk energi yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah Liquefied Petroleum Gas (LPG), terutama untuk keperluan rumah tangga dan usaha kecil.

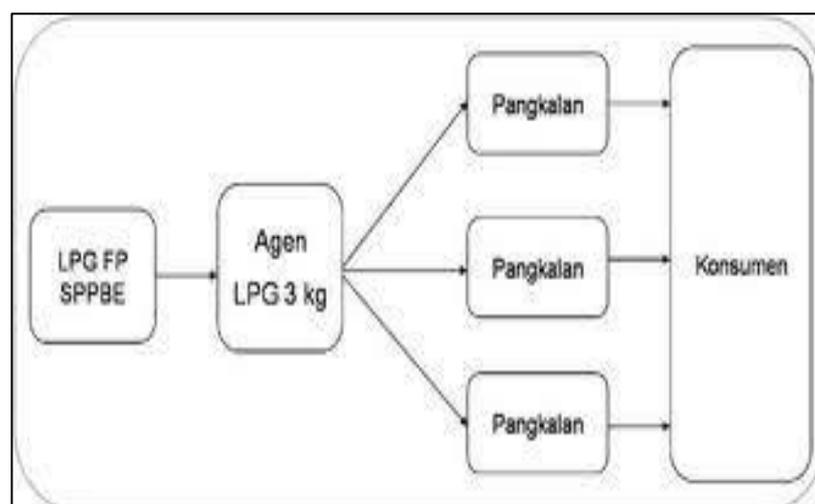
Melihat kondisi tersebut, pemerintah Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah melakukan berbagai langkah strategis untuk memperkuat ketahanan energi nasional, khususnya dalam hal penyediaan gas LPG. Salah satu upaya utama yang dilakukan adalah dengan meningkatkan produksi gas alam domestik serta mengembangkan infrastruktur pendukung distribusi LPG. Penggunaan LPG di Indonesia berdasarkan data BPS mencapai 83,36% rumah tangga yang menggunakan LPG untuk memasak.



Gambar 1. 1 Data BPS tahun 2015-2021

Agen gas LPG adalah perusahaan atau individu yang bergerak dalam bidang penjualan dan distribusi gas lpg kepada konsumen. aktivitas pendistribusian yang utama yaitu principal dan agen. Principal yaitu badan atau perseorangan yang memberikan amanat dalam perjanjian dalam pihak lain dalam melakukan transaksi perdagangan, dan dalam hal ini yang menjadi prinsipal adalah Pertamina. Agen gas merupakan salah satu bentuk format bisnis yang bertindak sebagai perantara antara distributor utama dan konsumen akhir, dalam penyaluran gas LPG, peran agen sangat penting dalam memastikan pengiriman gas terhadap tepat nya pengiriman gas. Dalam beberapa tahun terakhir permintaan kebutuhan gas LPG yang kian pesat menjadikan gas LPG menjadi langka di pasaran. Gas LPG merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat Indonesia. Terdapat banyak sekali pengguna gas LPG tersebut dimulai dari sektor rumah tangga ataupun usaha kecil dan menengah.

Bisnis agen merupakan bagian kunci dalam lingkaran distribusi gas LPG dikarenakan agen berhubungan langsung dengan Pertamina dalam hal mendapatkan instruksi jadwal pengambilan ke SPPBE dan melakukan pembayaran atas pembelian yang akan di ambil barangnya di SPPBE. Setelah menerima tabung agen akan menyalurkan gas LPG kesetiap pangkalan yang sudah bekerjasama dalam hal pendistribusian.



Gambar 1. 2 Alur distribusi

Setelah pemerintah melaksanakan program alternatif konversi minyak tanah ke gas LPG dimana proses mengubah minyak tanah menjadi gas yang dapat

digunakan sebagai bahan bakar terbaru yang bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada minyak tanah dalam sektor rumah tangga maupun industri. Rumah tangga di Indonesia sekarang membutuhkan gas LPG karena sangat cocok untuk memasak, murah dan lebih mudah digunakan dibandingkan bahan bakar lain. setidaknya banyak menimbulkan peluang bisnis bagi sebagian orang dalam memanfaatkan peluang bisnis. Peluang ini adalah mendistribusikan gas kepada konsumen yaitu rumah tangga, industri, dan usaha mikro. Dampak dari adanya program konversi minyak tanah ke gas LPG banyak memberikan dampak positif maupun dampak negatif bagi Masyarakat. Dampak positif dari konversi minyak tanah ke gas lpg salah satunya memberi peluang bisnis bagi masyarakat salah satunya agen gas lpg. Walaupun memberi dampak negatif bagi masyarakat yaitu semakin panjangnya saluran distribusi menjadikan harga semakin tinggi tetapi gas lpg semakin mudah didapat.

Perkembangan ekonomi yang terus meningkat di Indonesia telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan berbagai sektor, salah satunya adalah sektor energi. Seiring meningkatnya aktivitas ekonomi dan jumlah penduduk, kebutuhan masyarakat terhadap sumber energi juga mengalami lonjakan, terutama untuk keperluan domestik. Salah satu sumber energi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah Liquefied Petroleum Gas (LPG). LPG memegang peran penting sebagai bahan bakar utama dalam kegiatan rumah tangga dan juga menjadi sumber energi vital bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM), seperti warung makan, usaha katering, hingga laundry.

Tingginya permintaan terhadap gas LPG menciptakan peluang usaha yang sangat menjanjikan di bidang distribusi dan penyediaan LPG. Hal ini membuka ruang bagi para pelaku usaha untuk mendirikan agen LPG resmi, yang berfungsi sebagai perpanjangan tangan produsen dalam menjangkau konsumen akhir. Usaha agen LPG dinilai memiliki prospek cerah karena produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan pokok dan digunakan secara rutin oleh sebagian besar rumah tangga di Indonesia. Namun demikian, meskipun permintaan terhadap LPG terus meningkat, tidak sedikit agen LPG yang menghadapi berbagai tantangan dalam

menjalankan kegiatan operasionalnya. Beberapa kendala yang umum ditemui antara lain tingkat persaingan usaha yang semakin ketat, distribusi barang yang belum merata di beberapa wilayah, fluktuasi harga LPG yang dipengaruhi oleh kebijakan subsidi dan kondisi pasar global, serta isu terkait kualitas pelayanan dan ketersediaan stok.

Kondisi ini menuntut para pelaku usaha di sektor ini untuk memiliki strategi manajerial dan operasional yang matang, serta mampu beradaptasi terhadap dinamika pasar. Oleh karena itu, penting dilakukan suatu kajian mendalam terkait peluang dan tantangan dalam usaha agen LPG, guna memastikan kelayakan dan keberlanjutan bisnis tersebut di tengah persaingan yang terus berkembang.

Dunia bisnis saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat disegala bidang. Persaingan ini tidak lain adalah akibat globalisasi pasar bebas asia yang menuntut setiap bisnis memacu hasil bisnisnya untuk lebih kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya mengembangkan usahanya disemua aspek penting. Antara lain aspek penting ialah pemasaran atau penjualan barang yang sangat berperan dalam memainkan kemajuan sebuah bisnis yang baik. Dalam menganalisis aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis mempunyai tujuan menganalisis ketepatan strategi pemasaran yang digunakan.

Pemasaran merupakan suatu upaya untuk menciptakan atau menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu, pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik atau jasa kepada konsumen dipasar. Akan sangat berisiko ketika penciptaan tidak didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Konsumen yang menginginkan dan membutuhkan produk adalah prorangan atau kelompok. Apabila perusahaan dapat menjalankan segala prinsip pemasaran atau penjualan dengan baik, tentunya bisnis mempunyai strategi tentang upaya penjualan barang dagangan dengan dufungsikan perwakilan dalam memenuhi permintaan konsumen.

Perkembangan aktivitas bisnis yang pesat menjadikan setiap individu memiliki ketertarikan berlebih terhadap studi kelayakan bisnis guna mencapai kesejahteraan hidup individu dalam ekonomi setiap bisnis menjadi berkembang.

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara luas serta mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dilakukan maupun yang sedang berjalan.

Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar, (2020:7) studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang menyelidiki secara ekstensif bisnis atau usaha yang akan dioperasikan untuk menentukan apakah perusahaan tersebut layak atau tidak. Di dalam bisnis ada suatu unit ekonomi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh. Dalam menentukan layak atau tidak layaknya setiap usaha tersebut dijalankan ada beberapa yang harus dipelajari secara mendalam artinya meneliti data dan informasi bisnis yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode tertentu. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki nilai standar tertentu, namun Keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada satu aspek saja. Aspek – aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan pada saat peneliti menjadi kariawan sering melihat mitra yang memberikan apresiasi terhadap tepatnya waktu pengiriman barang, sehingga menimbulkan banyak konsumen yang ingin mendaftar untuk bermitra dengan agen gas pt. energi pelita alam

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kelayakan bisnis agen gas pt. energi pelita alam serta mengidentifikasi potensi dan tantatangan yang dihadapi..

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Dilihat dari aspek non finansial yaitu aspek pasar banyak nya pesaing diwilayah perkotaan.

- b. Dilihat dsri aspek non finansial yaitu aspek teknis/operasi adanya Infrastruktur yang kurang memadai dalam segi tranfortasi
- c. Dilihat dari aspek non finansial yaitu aspek hukum banyaknya perizinan yang berubah ubah.

1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Dari identifikasi yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, maka dirasa perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pengkajian yang dilakukan lebih terfokus dan terarah pada masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitik beratkan pada pada :

- a. Penelitian ini akan membahas aspek non finansial yang terdiri dari aspek pasar, aspek hukum, aspek manajemen dan aspek teknis/operasi.
- b. Penelitian ini akan membahas aspek finansial yang berupa aspek keuangan.

1.4 Rumusan masalah

- a. Berdasarkan aspek non finansial apakah bisnis agen gas dikatakan layak?
- b. Berdasarkan aspek finansial apakah bisnis agen gas dikatakan layak?

1.5 Manfaat dan Tujuan Penelitian

1. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk membantu mengembangkan bisnis agen gas pt. energi pelita alam yang sudah berjalan ditinjau dari studi kelayakan bisnisnya.

2. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan diatas meka penulis menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis agen gas berdasarkan aspek aspek non finansial.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis agen gas berdasarkan aspek finansial.

1.6 Sistematika penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah pada tujuan pembahasan maka diperlukan sistematika penulisan yang terdiri dari antar bab dan bab lainnya saling

mendasari dan berkaitan. Serta memudahkan peneliti dan pembaca memahami hasil penelitian ini. Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari pembahasan yang terurai dari beberapa bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan Teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang Gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.