

DUKUNGAN LOKASI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI SPBU A YANI SURABAYA

Novia Agustina Ramadhani

Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Email: noviaagustina2002@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di SPBU A Yani Surabaya. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi pandangan pelanggan terkait lokasi SPBU dan faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pengisian bahan bakar di tempat tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi SPBU A Yani Surabaya dianggap strategis oleh pelanggan, dengan pelanggan yang menyatakan bahwa lokasi tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan SPBU untuk mempertahankan dan meningkatkan lokasi strategis, serta menambah fasilitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri SPBU dan dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar yang semakin ketat.

Kata kunci: Lokasi strategis, Kepuasan pelanggan, SPBU A Yani Surabaya

Abstract

This study aims to analyze the effect of location on customer satisfaction at A Yani Surabaya gas station. Using qualitative descriptive research methods, this study explores customers' views regarding the location of gas stations and other factors that influence their decision to refuel at the venue. The results showed that the location of A Yani Surabaya gas station was considered strategic by customers, with customers stating that the location met their needs and expectations. This research is expected to provide insight to gas station companies to maintain and improve strategic locations, as well as add facilities that can increase customer satisfaction. As such, the research contributes to a further understanding of the factors influencing customer satisfaction in the gas station industry and can help companies develop effective marketing strategies to maintain their competitive advantage in an increasingly tight market.

Keywords: Strategic location, Customer satisfaction, Gas Station A Yani Surabaya

PENDAHULUAN

Kepemilikan kendaraan roda dua setiap tahunnya memiliki pertambahan sehingga kebutuhan akan bahan bakar minyak meningkat. Menurut Wilhelm dan Searcy (2011), bahan bakar adalah salah satu elemen terpenting dalam kehidupan kita. Bensin adalah bagian dari sektor energi yang lebih luas dan merupakan pendorong vital ekonomi global (Stavrakakis & Chountalas, 2015). Bahan bakar adalah energi dan pasar bahan bakar melibatkan perusahaan minyak yang beroperasi di bidang ekstraksi minyak, penyulingan, penyimpanan logistik, distribusi dan ritel (Fafaliou & Polemis, 2012). Peran penting yang dimainkan oleh produk minyak bumi dalam ekonomi sudah sangat dikenal (Uzochukwu *et al.*, 2018). Chinambu (2011) menyatakan bahwa minyak bumi adalah pendorong utama kegiatan industri. Menurut Taylor *et al.* (2016) mempertimbangkan ekspresi yang berbeda seperti stasiun pengisian bahan bakar, pom bensin atau outlet minyak bumi yang digunakan untuk penjualan bensin yang dibutuhkan kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor melakukan pengisian di SPBU.

Menurut Nieminen (2005) mendefinisikan SPBU sebagai sebuah area yang mencakup peralatan dan perpipaan bahan bakar, tangki penyimpanan, halaman depan dan bangunan yang memungkinkan untuk penjualan bahan bakar seperti bensin untuk kendaraan pelanggan. Di SPBU, kualitas layanan juga harus mencakup anggota staf yang ramah, berpakaian bersih, mengenakan seragam yang tepat, menjawab pertanyaan pelanggan dengan sabar dan benar, serta akurat dan jujur saat mengisi bahan bakar kendaraan pelanggan (Maharsi *et al.*, 2021). SPBU adalah salah satu industri yang paling kompetitif (Gultekin & Merve, 2013). SPBU sangat kompetitif karena tempat ini menawarkan produk dan layanan serupa kepada target pasar yang sama, selain harga bahan bakar yang ditetapkan di seluruh negeri (Xavier *et al.*, 2022). Lingkungan yang kompetitif ini juga membuat layanan SPBU menjadi sangat penting (Sağlam, 2017). SPBU juga tertarik pada kepuasan pelanggan untuk memiliki hubungan jangka panjang dan loyalitas (Gulteki & Merve, 2013).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan perantara utama dalam lingkungan layanan (Saad & Wahid, 2017). Zeithaml dan Bitner (1996) berpendapat bahwa kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor kontekstual dan faktor individu secara individual mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Arora dan Narula (2018), pentingnya kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan harus diakui secara positif. Menurut Martinez *et al.* (2017) menemukan bahwa kenyamanan memiliki efek langsung pada kepuasan pelanggan dan promosi sangat efektif dalam mempertahankan pelanggan. Menurut Parasuraman *et al.* (2005) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas harga produk, faktor situasional, dan faktor manusia. Kepuasan pelanggan dapat meningkat jika lokasi SPBU strategis.

Pemilihan lokasi secara signifikan mempengaruhi kesuksesan bisnis (Wang & Hsieh, 2016). Menurut Bolen (1988) bahwa setiap lokasi di bumi memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dianalisis. Lokasi SPBU di setiap ekonomi, baik kota kecil, kota besar, maupun kota besar, dirasakan oleh masyarakat bahwa, mereka menempatkan lokasi yang strategis dan nyaman untuk memungkinkan pengguna mengakses layanan mereka

pada saat kebutuhan (Taylor & Chansa, 2018). Lokasi di persimpangan jalan atau situs sudut yang menawarkan kemudahan akses dan visibilitas yang mudah lebih disukai (Stavrakakis & Chountalas, 2015). Lokasi adalah suatu titik atau area di bumi atau yang dapat melalui penggunaan istilah absolut atau relatif. (Mohammed *et al.*, 2014).

SPBU memiliki keunikan tersendiri dalam bersaing di dunia bisnis. Sebagian besar SPBU menjual bensin atau solar, beberapa menjual bahan bakar khusus seperti minyak bumi cair seperti LPG, gas alam, hidrogen, biodiesel, minyak tanah atau butana, sementara banyak juga yang menambahkan toko atau tempat makan sebagai bisnis utama mereka (Uzochukwu *et al.*, 2018). Beberapa SPBU juga terdapat tambal ban yang menambah nilai keunikan dari SPBU tersebut. Toko atau tempat makan yang nyaman serta mengikuti perubahan dan lebih modern dapat menambah kepuasan tersendiri pada setiap pelanggan yang melakukan pengisian di SPBU. Sehingga pelanggan bukan hanya melakukan pengisian bahan bakar. Namun pelanggan dapat merasakan fungsi lain dari SPBU seperti menjadi tempat istirahat atau kegiatan lainnya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

SPBU memiliki banyak keunikan yang membuat pelanggan merasa bahwa SPBU bukan hanya sekedar tempat pengisian bahan bakar. Sehingga pelanggan memiliki rasa ketertarikan dari beberapa keunikan yang dimiliki SPBU. Dengan berbagai ragam fasilitas yang tersedia di SPBU membuat pelanggan merasa nyaman dan menambah nilai kepuasan tersendiri pada pelanggan. Keunikan yang dimiliki SPBU menambah nilai kemenarikan tersendiri pada pelanggan. Fitur aksesibilitas seperti batas kecepatan, batasan belokan, dan jarak pandang yang cukup juga sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen pom bensin menilai kenyamanan sangat tinggi (Mwenda & Oloko, 2017). Fitur aksesibilitas juga menambah nilai kemenarikan pelanggan di SPBU.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian kualitatif menggunakan instrument utama peneliti, model pendekatan deskriptif dalam penyelidikan bertumpu pada observasi atau pengamatan dan wawancara. Penelitian kualitatif sebagai proses berulang di mana pemahaman yang lebih baik bagi komunitas ilmiah dicapai dengan membuat signifikansi baru yang dihasilkan dari pendekatan yang lebih dekat dengan fenomena yang diteliti (Aspers & Corte, 2019). Penelitian menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk tentang fenomena yang terjadi di lapangan bukan sebab atau akibat yang terjadi di lapangan.

Penelitian ini akan dilaksanakan di SPBU a yani Surabaya yang beralamat lengkap di Jl. Ahmad Yani, Gayungan, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60235 dan di mulai sejak November 2018. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh dari wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi serta, penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumen sesuai dengan kebutuhan pemeriksaan yang sedang dipertimbangkan.

Dukungan Lokasi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di SPBU A Yani Surabaya

Pada Teknik observasi, peneliti menyebutkan fakta-fakta yang dapat diamati secara langsung di SPBU A yani untuk melihat, mencari data yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh SPBU A yani dengan mengajukan beberapa pertanyaan eksplisit yang telah direncanakan sebelumnya oleh peneliti kepada beberapa narasumber seperti, pelanggan SPBU A yani. Teknik wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara terorganisir dimana peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan terorganisir yang baru-baru ini dikumpulkan oleh peneliti. Prosedur menentukan informan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling di mana peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan terorganisir yang baru-baru ini dikumpulkan oleh peneliti (Andrade, 2021). Teknik dokumentasi yang dilakukan oleh para peneliti sangat membantu dalam mengumpulkan informasi yang tidak didapatkan dari hasil pengamatan langsung di lapangan maupun hasil wawancara.

Analisis data kualitatif berkaitan dengan mentransformasikan data mentah dengan mencari, mengevaluasi, mengenali, mengkode, memetakan, mengeksplorasi dan menggambarkan pola, tren, tema serta kategori dalam data mentah, untuk menafsirkannya dan memberikan makna yang mendasarinya (Mezmir, 2020). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui informasi yang diperoleh dari data primer dan data skunder. Menurut Churchill (1999), data primer didefinisikan sebagai kumpulan data dan perakitannya terutama untuk penelitian yang sedang dilakukan. Data primer didapatkan dari responden yang telah di tentukan peneliti yang dapat menjadi sumber informasi untuk penelitian yang sedang dilakukan. Informasi yang diperlukan untuk mengatasi masalah penelitian tersebut sudah ada dan dikumpulkan dan dicatat untuk alasan selain dari masalah penelitian saat ini jenis data ini dikenal sebagai data skunder (Brown *et al.*, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

SPBU a yani merupakan tempat dimana transportasi bermotor dapat memperoleh bahan bakar. Lokasi SPBU a yani yang strategis dapat membantu pengguna bermotor mudah dalam mencari pengisian bahan bakar. SPBU a yani berdekatan dengan gedung-gedung besar. Produk utama yang dijual oleh SPBU a yani ialah bensin dengan berbagai merek sesuai kebutuhan para pelanggan. Bukan hanya bensin SPBU a yani juga menjual beberapa produk oli motor, LPG, dan lain-lain. Selain sebagai tempat pengisian bahan bakar SPBU a yani juga memiliki fungsi lainnya seperti menjadi tempat istirahat sementara bagi pengguna motor. Disekitar SPBU a yani juga terdapat bisnis lainnya seperti indomart, penjual nasi, dan tambal ban.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai lokasi SPBU a yani yang strategis dan sesuai dengan kebutuhan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Peneliti menggunakan indikator lokasi yang meliputi ekonomi (economy) yang berkaitan dengan aktivitas manusia yang berkaitan dengan produksi dan memenuhi kebutuhannya; Transportasi (transportation) dimana berguna sebagai sarana pemindahan barang maupun jasa dari satu tempat ketempat lainnya; Kompetisi (competition) berkaitan dengan aktivitas dalam

mencapai tujuan dengan bersaing dengan perusahaan lain; Kawasan komersial (commercial area) berhubungan dengan kegiatan produksi atau jasa yang dilengkapi sarana dan prasarana; Lingkungan (environment) sebagai tempat yang mendukung produksi atau jasa.

Dari beberapa pertanyaan yang di berikan kepada partisipan pelanggan SPBU a yani yang melakukan pengisian bahan bakar berdasarkan indikator, salah satu pelanggan mengetahui lokasi bertempat pada posisi yang sesuai dengan segala pertimbangan dan termasuk wilayah yang strategis. Sementara pelanggan lainnya mengetahui bahwa lokasi SPBU a yani dapat membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Peneliti memfokuskan pertanyaan ini kepada pelanggan yang memberi penjelasan mengenai lokasi SPBU a yani Surabaya. Pelanggan SPBU mengetahui lokasi SPBU a yani Surabaya. Pelanggan juga mengetahui bahwa bukan hanya lokasi yang strategis namun SPBU juga memberikan berbagai fasilitas lainnya. Dengan begitu dapat menambah nilai positif atau nilai fungsi pada SPBU. Sehingga pelanggan dapat merasakan fungsi lain dari SPBU selain menjadi tempat pengisian bahan bakar.

Ada beberapa pertanyaan lainnya yang diberikan peneliti untuk mendukung penelitian. Seperti berbagai fasilitas yang di berikan oleh perusahaan. Aksesibilitas yang diberikan perusahaan dapat menjadi tambahan informasi dan membantu dalam melakukan penelitian. Lokasi dapat menjadi faktor utama pelanggan dalam menemukan SPBU. Namun ada beberapa faktor lainnya yang menjadi pendukung perusahaan. Dengan adanya lokasi yang strategis serta faktor lain yang mendukung perusahaan dapat menambah kepuasan pelanggan serta kebutuhan yang di perlukan pelanggan.

Berdasarkan wawancara dan observasi peneliti memperoleh data, peneliti mengetahui bahwa pelanggan yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU a yani Surabaya karena lokasi yang strategis dan berdekatan dengan berbagai kegiatan perekonomian di sekitarnya. Pelanggan yang mengetahui lokasi SPBU a yani dan fungsi lain dari SPBU serta membandingkan dengan lokasi SPBU lainnya, pelanggan tetap melakukan pengisian di SPBU a yani Surabaya. Pelanggan memilih lokasi SPBU a yani dengan berbagai alasan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pelanggan yang melakukan pengisian di SPBU a yani Surabaya rata-rata pekerja dan pelajar yang menuju arah Surabaya. Bukan hanya pengguna motor dan mobil terkadang SPBU a yani juga menjadi tempat pengisian bahan bakar bus dan truck.

Berdasarkan uraian yang telah di sampaikan oleh peneliti, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelanggan membandingkan lokasi di SPBU a yani Surabaya dengan pengalaman mereka saat melakukan pengisian bahan bakar di SPBU lainnya. Pelanggan yang mengetahui lokasi SPBU a yani Surabaya serta fungsi lain dari SPBU tetap melakukan pengisian di tempat yang sama. Pelanggan merasa bahwa SPBU a yani Surabaya memenuhi kebutuhan pelanggan serta dapat memenuhi harapan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa lokasi menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan lokasi yang mudah ditemukan oleh pelanggan maka dapat kita simpulkan bahwa SPBU a yani Surabaya terletak di wilayah

Dukungan Lokasi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di SPBU A Yani Surabaya

strategis. Seiring dengan pertumbuhan zaman dan teknologi banyak persaingan SPBU lainnya. Dengan lokasi strategis yang dimiliki SPBU a yani Surabaya dan melakukan perbaikan serta menambah fasilitas dapat membuat SPBU A yani Surabaya dapat bersaing dan mempertahankan eksistensinya di era perubahan zaman yang semakin meningkat. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada peneliti dan semua pihak pembaca bahwa lokasi yang mendukung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU a yani Surabaya. Penelitian ini mengungkapkan bahwa informasi yang di peroleh berdasarkan data dilapangan dan dapat dijadikan perusahaan untuk mempertahankan lokasi serta melakukan perbaikan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini digunakan sebagai saran dan masukan pada perusahaan SPBU dalam melakukan startegi pemasaran kedepannya dengan menggunakan beberapa metode agar pemasaran berkembang dengan baik dan dapat bersaing di era perubahan yang terus meningkat. Dengan begitu perusahaan akan terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan yang melakukan pengisian di SPBU a yani Surabaya. Peneliti berharap bahwa penelitian yang di lakukan saat ini dapat membawa hasil positif bagi perusahaan dan pelanggan di masa yang akan datang.

BIBLIOGRAFI

- An, H., W. H. Wilhelm, & S. W. Searcy. 2011. Biofuel and Petroleum based Fuel Supply Chain Research: a Literature Review. *Biomass and Bioenergy*, 35(9), 3763-3774.
- Andrade, C. 2021. The Inconvenient Truth about Convenience and Purposive Samples. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 43(1), 86-88.
- Arora, P., & S. Narula. 2018. Linkages between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: a Literature Review. *IUP Journal of Marketing Management*, 17(4), 163-170.
- Aspers, P., & U. Corte. 2019. What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42, 139-160.
- Bolen, H. W. 1988. Contemporary Retailing. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc
- Brown, T. J., T. A. Suter, & G. A. Churchill. 2018. Basic Marketing Research: Customer Insights and Managerial Action. 9th Ed. Boston: Cengage.
- Chan, T. Y., V. Padmanabhan, & P. B. Seetharaman. 2007. An Econometric Model of Location and Pricing in the Gasoline Market. *Journal of Marketing Research*, 44(4), 622-635.
- Chinambu, C .2011. A Study on Market Structure and Competition: the Petroleum Industry in Zambia. *J. Bus. Growth Manage.* 2(1),131-142.
- Fafaliou, I. & M. Polemis. 2012. Market Power in Oil Industry: the Wholesale and Retailing Case. *Economics and Finance Notes*,1(1), 1-18.

- Gultekin, B., & M. U. Merve. 2013. The Role of Brand Loyalty, Customer and Brand Related cues in the Gas Station Industry in Turkey. *International Journal of Arts and Commerce*, 2(11), 29-40.
- Maharsi, A. R., R. S. Njotoprajitno, B. Hadianto, & J. Wiraatmaja, J. 2021. The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Purchasing Intention: a Case Study In Indonesia. *the Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475-482.
- Martínez-Ruiz, M. P., J. J. Blázquez-Resino, & G. Pino. 2017. Store Attributes Leading Customer Satisfaction with Unplanned Purchases. *the Service Industries Journal*, 37(5-6), 277-295.
- Mezmir, E. A. 2020. Qualitative Data Analysis: an overview of Data Reduction, Data Display, and Interpretation. *Research on Humanities and Social Sciences*, 10(21), 15-27.
- Mohammed, M. U., I. J. Musa, & D. N. Jeb. 2014. GIS-based Analysis of the Location of Filling Stations in Metropolitan Kano Against the Physical Planning Standards. *American Journal of Engineering Research*, 3(9), 147-158.
- Mukherjee, S. P. 2003. Measurement of Customer Satisfaction. *Synergy of R&D and Marketing*, 185-191.
- Mwenda, S., & D. Oloko. 2017. Determinants of Motorists Choice of a Petrol Station in Kenya A Survey of Thika Sub County. *International Journal of Social Sciences and Information Technology*, 2(9), 1370-1383.
- Nieminen, P. M. 2005. Environmental Protection Standards at Petrol Stations: a Comparative Study Between Finland and Selected European Countries. *Tampere University of Technology*.
- Parasuraman, A. P., V. A. Zeithaml, & A. Malhotra. 2005. E-S-Qual A Multiple Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Saad, N. M., & A. Z. A. Wahid. 2017. The Influence of Store Image and Corporate Image on Customer Satisfaction: A Study in Petrol Station's Convenience Store Patronage in Malaysia. In *Management International Conference*, (619-631).
- Sağlam, E. 2017. Akaryakıt sektöründeki rekabet hizmeti öne çıkardı. *Hürriyet*.
- Stavarakakis, E., & P. Chountalas. 2015. Retail Strategies of Companies Operating in the Gasoline Industry: the case of EKO SA. In *Proceedings of the eRA-10. International Scientific Conference*, 18-28.
- Taylor, T. K., & B. Chansa. 2018. Empirical Study on the Differences in Stakeholder Perceptions on Locations of Filling Stations in Kitwe, Zambia, 8(3).
- Taylor, T. K., C. Sichinsambwe, & B. Chansa. 2016. Public Perceptions on Location of Filling Stations in the City of Kitwe in Zambia. *Developing Country Studies*, 6(6), 133-151.
- Tzeng, G. H., M. H. Teng, J. J. Chen, & S. Opricovic. 2002. Multicriteria Selection for a Restaurant Location in Taipei. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 171-187.

Dukungan Lokasi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di SPBU A Yani Surabaya

- Uzochukwu, O. C., O. O. Lilian, O. T. Uchenna, & U. O. Ugbonhe. 2018. Business Development and Sustainability of Selected Petrol Stations in Anambra state of Nigeria. *African Journal of Business Management*, 12(1), 11-20.
- Varadarajan, R., M. S. Yadav, & V. Shankar, V. 2008. First-mover Advantage in an Internet-enabled Market Environment: Conceptual Framework and Propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(3), 293–308.
- Wang, S. P., H. C. Lee, & Y. K. Hsieh. 2016. A Multicriteria Approach for the Optimal Location of Gasoline Stations Being Transformed as Self Service in Taiwan. *Mathematical Problems in Engineering*, 2016(10).
- Xavier, A. P., W. C. Hoo, A. Raman, & Y. F. Y. A. H. Ah. 2022. Predictors of Customers Satisfaction at Petrol Stations in Malaysia. *Resmilitaris*, 12(3), 2993-3011.
- Zeithaml, V.A., & M. J. Bitner. 1996. *Service Marketing*. McGraw-Hill, New York.

Copyright Holder:

Novia Agustina Ramadhani (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

