

## INTISARI

Pertamina sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang sahamnya sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia mengemban berbagai penugasan dan kerja sama yang diberikan oleh Pemerintah. Salah satu dari kerja sama tersebut adalah Pertashop. Terhitung 47% Pertashop memiliki omset harian di bawah 200 liter, angka tersebut di bawah dari omzet rekomendasi Pertamina yaitu 400 liter/hari sehingga perlu diidentifikasi faktor-faktor kritis keberhasilan Pengusaha Pertashop yang sebagian merupakan Badan Usaha Desa dan UMKM untuk bisa meningkatkan profitabilitasnya.

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data kualitatif dan Lingkup dari penelitian ini meliputi bisnis Pertashop yang berlokasi di Wilayah Kabupaten Indramayu. Peneliti membatasi penelitian pada identifikasi faktor-faktor kesuksesan kritis pada Pertashop yang diadopsi dari penelitian Rockart (1979) oleh Caralli dan Richard (2004).

Atas analisa yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat 4 (empat) faktor kritis yang mempengaruhi kesuksesan Pertashop yaitu faktor disparitas dan fluktuasi harga, faktor product knowledge, faktor margin dan faktor susut produk. Faktor disparitas dan fluktuasi harga tidak dapat dipengaruhi secara langsung sehingga belum tercapai, serta salah satu faktor lainnya yang keseluruhan belum tercapai adalah faktor product knowledge. Pada faktor yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh Pertamina dan Pertashop, faktor margin dan susut, masih belum dapat terpenuhi secara seluruhnya oleh seluruh Pertashop di Wilayah Indramayu. Sehingga diperlukan perhatian khusus kepada Pertashop dan komitmen dari pengusaha Pertashop terutama pada perbaikan faktor Susut dan Margin yang perlu segera ditindak lanjuti.

Sedangkan bagi Pertamina secara jangka panjang, perlu membuat program aktivitas marketing secara terpusat untuk membantu konsumen dalam memahami produk Pertamina di Pertashop dan juga meningkatkan minat untuk melakukan pembelian di Pertashop.

*Kata kunci: critical success factor, operating income, return on investment*

## **ABSTRACT**

*Pertamina as a State-Owned Enterprise (BUMN) whose shares are wholly owned by the Indonesian Government carries out various assignments and cooperation provided by the Government. One of these collaborations is Pertashop. It is calculated that 47% of Pertashops have a daily turnover below 200 liters, this figure is below Pertamina's recommended turnover of 400 liters/day, so it is necessary to identify important factors for the success of Pertashop Entrepreneurs, some of whom are Village Business Entities and MSMEs, to be able to increase their profitability.*

*This research was carried out by collecting qualitative data and the scope of this research included the Pertashop business located in the Indramayu Regency area. The researcher limited the research to identifying critical success factors in Pertashop which were adopted from research by Rockart (1979) by Caralli and Richard (2004).*

*Based on the analysis that has been carried out, it is concluded that there are 4 (four) critical factors that influence the success of Pertashop, namely the disparity and price reduction factor, product knowledge factor, margin factor and product shrinkage factor. The factor of disparity and price fluctuations cannot have a direct influence so it has not been achieved, and one other factor that has not been achieved in its entirety is the product knowledge factor. Regarding factors that can be directly influenced by Pertamina and Pertashop, margin and loss factors, still cannot be fully met by all Pertashops in the Indramayu Region. So special attention is needed to Pertashop and commitment from Pertashop entrepreneurs, especially in improving Loss and Margin factors which need to be followed up immediately.*

*Meanwhile, for Pertamina in the long term, it is necessary to create a simple marketing activity program to help consumers understand Pertamina products at Pertashop and also increase interest in making purchases at Pertashop.*

*Keywords: critical success factor, operating income, return on investment*