

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Eksistensi MyPertamina sebagai aplikasi layanan digital dari PT Pertamina, mendorong munculnya dua sisi yang dipahami oleh konsumen. MyPertamina ada untuk peningkatan pelayanan baik jasa maupun produk PT Pertamina yang dikemas dengan teknologi keuangan (*financial technology*). Gaya hidup masa kini yang sudah menggunakan serba digital terutama pada kegiatan jual beli atau biasa disebut dengan *cashless*, dengan begitu PT Pertamina ikut serta dalam mengimbangi kemajuan teknologi yang terjadi.

Peraturan dalam pendistribusian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi agar tepat sasaran yang diatur oleh pemerintah dalam Perpres No. 191 Tahun 2014 mengenai Penyediaan, Pendistribusian dan Harga Jual Eceran Bahan Bakar Minyak dan Surat Keputusan BPH Migas No. 04/P3JBT/BPH MIGAS/KOM/2020 mengenai Pengendalian Penyaluran Jenis BBM Tertentu, maka dari itu PT Pertamina dihimbau untuk dapat menyalurkan dengan tepat sasaran kepada konsumen.

Menurut Perpres No. 191 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa Bahan Bakar Minyak (BBM) tertentu yang berasal dan/atau dioleh dari minyak bumi yang telah dicampurkan dengan Bahan Bakar Nabati (Biofuel) yang memiliki aturan tertentu yang tertulis dalam pasal tersebut diberikan subsidi.

Dalam konteks penelitian ini jenis Bahan Bakar Minyak (BBM) yang dimaksud dalam pasal 1 ayat 1 diasumsikan sebagai pertalite.

Menurut penelitian Haris Salam et al. (2021) dalam studi berjudul Karakteristik Bahan Bakar Pertalite dengan Campuran Minyak Nilam sebagai bioaditif, pertalite, yang memiliki nilai oktan (RON) 90, terutama mengandung hidrokarbon yang dihasilkan dari proses pemurnian minyak mentah. Karakteristik ini menunjukkan bahwa pertalite adalah produk turunan minyak bumi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan energi masyarakat dengan harga terjangkau melalui Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi. Komposisi pertalite memperkuat gagasan bahwa bahan bakar ini dimaksudkan untuk membantu masyarakat dengan menjaga stabilitas ekonomi.

PT Pertamina menciptakan fitur *barcode* untuk pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) pada aplikasi MyPertamina sebagai bentuk memenuhi kebijakan dari pemerintah dalam pendistribusian subsidi dengan tepat sasaran. Pelanggan Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi solar dan pertalite diwajibkan mendaftarkan kendaraan khususnya roda empat untuk dapat dilayani. PT Pertamina mulai melakukan kebijakan untuk pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi wajib menggunakan *barcode* pada aplikasi MyPertamina menimbulkan adanya perbedaan pemahaman.

Tanggapan yang beragam dari konsumen di tiktok dan instagram PT Pertamina dari yang beranggapan bahwa dipersulit untuk mendapatkan subsidi hingga yang setuju dan mendukung program tersebut. Komentar konsumen pro

maupun kontra mengisi unggahan sosial media PT Pertamina dengan beragam dan bermacam – macam. Pada akun instagram PT Pertamina Regional Jawa Bagian Tengah @Patraniagarjbt di salah satu postingan edukasi mengenai pendaftaran *barcode* salah satu akun instagram dengan akun @Yhantieyhantie1518 berkomentar yang menunjukkan cenderung mendukung terhadap kebijakan tersebut :

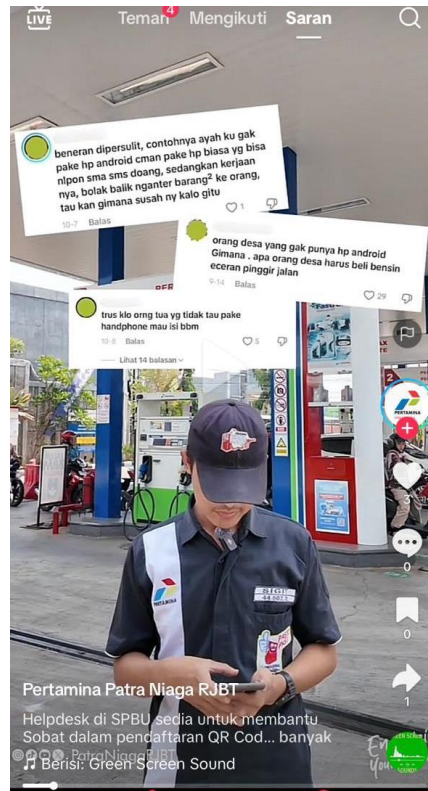


Sumber : @Patraniagarjbt

Gambar 1. 1 Komentar Pro Pada Instagram

Berbeda dengan komentar yang dibuat konten pada akun tiktok PT Pertamina Regional Jawa Bagian Tengah @Pertamina Patra Niaga RJBT yang salah satu pengikutnya berkomentar dengan cenderung kontra pada kebijakan yang dibuat, akun tersebut di sensor oleh PT Pertamina pada kontennya.

Komentar tersebut dituliskan dengan kesan yang cenderung bertanya namun tampak tidak setuju dengan adanya kebijakan :



Sumber : @Pertamina Patra Niaga RJBT

Gambar 1. 2 Komentar Pro Pada Tiktok

Sejumlah Masyarakat cenderung keberatan akan kebijakan yang dibuat PT Pertamina, dapat dilihat pada survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas pada databoks.katadata kepada 508 responden dengan usia minimal 17 tahun di 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2022 dengan pertanyaan “Pendapat Masyarakat Soal Kebijakan Beli BBM Subsidi Harus Daftar Lewat Aplikasi” menghasilkan angka perolehan 82,6% responden tidak setuju, yang artinya sebagian responden sudah menunjukkan tidak setuju. Namun yang terjadi pada 2024 ini konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi di Jawa Tengah dan DIY meningkat hingga

mencapai ke 73% bahkan lebih, hal tersebut menunjukkan adanya ketimpangan antara respon konsumen dengan perilaku yang terjadi.



Sumber : HarianJogja.com

Gambar 1. 3 Konsumsi BBM Subsidi di DIY dan Jawa Tengah

Menurut salah satu berita online ekbis.harianjogja.com pada provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tercatat konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi pertalite hingga bulan September 2024 sudah diatas 73,5% yaitu sebanyak 3,04 juta kilo liter (KL), dan biosolar 73,2% yaitu sebanyak 1,83 juta kilo liter (KL). Area Manager *Communication, Relations, dan Corporate Sosial Responsibility* (CSR), Brasto Galih Nugroho merinci kuota BBM bersubsidi jenis pertalite yang ditetapkan untuk provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) bulan Januari – Desember 2024 adalah sebanyak 4,13 kilo liter (KL), dan Biosolar sebanyak 2,5 juta kilo liter (KL). Kenaikan konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi di provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memperlihatkan adanya peluang

digunakannya aplikasi MyPertamina untuk konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi.

Konsumen menjadi sensitif akan perubahan yang terjadi pada pembelian produk PT Pertamina karena produk yang dijual menjadi salah satu kebutuhan sehari – hari sebagian masyarakat di Indonesia, salah satu produk yang menjadi kebutuhan yaitu Bahan Bakar Minyak (BBM). Penjualan produk PT Pertamina diatur oleh pemerintah karena berkaitan dengan minyak dan gas yang mana diwajibkan untuk mengikuti peraturan yang sudah ditetapkan guna pemerataan Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi.

Nurin Huda & Hidayati (2024) sikap konsumen merujuk pada persepsi, perasaan, dan perilaku konsumen terhadap suatu produk, merek, atau layanan secara keseluruhan. Sikap adalah persepsi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten tentang suka atau tidak suka seseorang terhadap sesuatu atau konsep. Menurut Michael R. & Solomon (2014) pada buku "*Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*" konsep dasar perilaku konsumen melalui bagaimana konsumen memproses informasi yang didapat, membentuk persepsi, lalu mengambil keputusan untuk membeli atau tidak, dalam hal ini Solomon menyoroti bahwa perilaku konsumen bukan hanya soal membeli, namun mengenai bagaimana keputusan tersebut dapat membentuk identitas individu.

Dalam memahami bagaimana konsumen memproses informasi dan mengambil keputusan, dapat dilakukan dengan cara membuat pesan yang bersifat persuasif dan relevan melalui saluran komunikasi (Vina Salsabila Firmana &

Priyo Subekti, 2024). Salah satu saluran komunikasi yang digunakan oleh PT Pertamina dalam membentuk persepsi dan meningkatkan keterlibatan konsumen adalah Instagram. Sebagai platform media sosial berbasis visual, Instagram memungkinkan perusahaan atau lembaga untuk menyampaikan pesan secara menarik melalui gambar, video, dan cerita interaktif. Dengan memahami proses perilaku konsumen, dapat mengoptimalkan penyampaian pesan agar lebih relevan dan berdampak, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

1.2. Rumusan Masalah

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi semakin berperan penting dalam membentuk persepsi serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan, karena memungkinkan perusahaan atau organisasi menyampaikan pesan dengan cara yang menarik melalui berbagai format visual, seperti gambar, video, dan cerita interaktif. Optimalisasi strategi komunikasi melalui Instagram dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi serta keterlibatan konsumen terhadap informasi kebijakan dan aplikasi MyPertamina.

MyPertamina hadir untuk meningkatkan pelayanan PT Pertamina terhadap pelanggan dalam versi digital. MyPertamina dibuat tidak hanya untuk meningkatkan pelayanan namun juga solusi untuk kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengenai pembatasan Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi agar tidak terjadi penimbunan dan tepat sasaran pada yang berhak mendapatkan.

Respon yang diberikan konsumen PT Pertamina beragam namun terdapat survei yang menunjukkan sebagian masyarakat cenderung tidak setuju.

Perubahan sikap konsumen PT Pertamina atas adanya aturan membeli Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi dengan menggunakan *barcode* untuk menyaring dan mencegah adanya kecurangan dalam pembelian bersubsidi, sebagian masyarakat menunjukkan cenderung keberatan akan hal tersebut. Dikhawatirkan tidak berhasil untuk menjadi solusi, hal tersebut menimbulkan banyak komentar pro dan kontra pada sosial media maupun jadi bahan perbincangan di media hingga di masyarakat luas.

Tahun 2024 kini konsumsi pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi masyarakat di Jawa Tengah terjadi peningkatan hingga lebih dari 70%. Hal tersebut menandakan adanya ketimpangan antara respon yang diberikan konsumen dengan perilaku yang terjadi, hingga terdapat adanya mekanisme perubahan sikap konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada tujuan untuk mendeskripsikan proses penerimaan konsumen dalam menggunakan aplikasi MyPertamina dengan penyebaran informasi melalui instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat dalam tiga aspek utama, yaitu manfaat dari segi teori, manfaat yang terlihat dalam praktik, dan manfaat yang dirasakan secara sosial. Berikut merupakan penjelasan mengenai ketiga aspek diatas:

1.4.1. Manfaat Teoretis

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi penting dalam memperkaya teori dan konsep mengenai proses perubahan sikap konsumen dalam penggunaan aplikasi layanan digital melalui penerapan *Diffusion Of Innovation Theory*. Hal ini dapat membuka wawasan baru dan dapat memberikan pemahaman lebih terhadap masyarakat akan sebuah sistem pembelian dan kebijakan yang dapat berubah secara berkala.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi panduan yang berharga untuk praktisi terkait yaitu pemerintah dan PT Pertamina terutama pada bagian *public relations*. Temuan penelitian ini dapat membantu praktisi *public relations* dalam mengamati penerimaan konsumen terhadap informasi yang disampaikan, seperti program dan kebijakan subsidi tepat serta penggunaan aplikasi MyPertamina. Selanjutnya dapat menjadi acuan untuk evaluasi kedepan akan program yang harus diperbaiki untuk dapat lebih baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat.

1.4.3. Manfaat Sosial

Dari segi sosial, dengan memahami lebih mendalam tentang bagaimana terbentuknya proses penerimaan konsumen PT Pertamina terhadap kebijakan serta penggunaan aplikasi MyPertamina, diharapkan

pada hasil penelitian ini dapat memudahkan konsumen memahami tujuan program PT Pertamina dan kebijakan pemerintah yang dibuat serta konsumen dapat bersikap positif dan mendukung.

1.5. Sistematis Penulisan

Tugas akhir ini disusun sesuai dengan mengikuti struktur yang terdiri dari empat bab utama, dengan pada setiap bab dilengkapi dengan subbab yang relevan. Penjelasan singkat, diuraikan sebagai berikut :

Bab I pendahuluan, pada bab satu ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dibagi menjadi tiga yaitu: manfaat secara teoritis, secara praktis, dan secara sosial, sistematika penulisan, serta metode penelitian.

Bab II, Pada bab dua ini berisi tinjauan pustaka dan profil instansi, pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, operasionalisasi konsep, serta profil dari aplikasi MyPertamina.

Bab III, Pada bab tiga ini menjelaskan mengenai uraian hasil dari penelitian dan pembahasan hasil temuan penelitian tentang proses penerimaan konsumen PT Pertamina pada penggunaan aplikasi MyPertamina dalam pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi melalui wawancara.

Bab IV, Pada bab empat ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi yang dapat diberikan untuk perbaikan selanjutnya.

1.6. Metode Penelitian

Berdasarkan Tugas Akhir dengan judul “Perubahan Sikap Pengguna Aplikasi MyPertamina”. Maka penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Muhammad et al. (2023) penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dalam menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa, dinamika, sosial, sikap kepercayaan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu objek.

1.6.1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah individu pengguna aplikasi MyPertamina di kota Semarang, Jawa Tengah, yang telah menggunakan aplikasi MyPertamina. Kota Semarang dipilih menjadi salah satu kota besar yang telah mengenal aplikasi MyPertamina.

1.6.2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1.6.2.1. Data Primer

Data primer tersebut diperoleh melalui wawancara dengan konsumen PT Pertamina yang menggunakan aplikasi MyPertamina untuk pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi solar dan pertalite maupun tidak sebagai pembeli Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi.

1.6.2.2. Data Sekunder

Kaharuddin (2021) mengatakan data sekunder merupakan data yang peneliti ambil sebagai kutipan dan landasan dalam penyusunan penelitian ini, data sekunder yang peneliti ambil dari hasil studi literatur.

Studi literatur yang diperoleh adalah data yang bersumber dari buku, laporan hasil penelitian, jurnal, dan lain-lain.

1.6.3. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti yang relevan pada kasus yang diteliti, digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara. Teknik wawancara semi-terstruktur digunakan pada penelitian ini yaitu dengan wawancara yang tetap mengacu pada pertanyaan wawancara tetapi pertanyaannya bisa keluar pembahasan pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya. Kelebihan dari jenis wawancara ini adalah data yang diperoleh lebih lengkap dan lebih mendalam (Kaharuddin, 2021).

Wawancara bertujuan untuk mencatat pendapat, perasaan, emosi, dan hal lain yang berkaitan dengan kasus yang diteliti. Interview dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan dan memperluas pemahaman peneliti tentang situasi dan kondisi sosial dan budaya melalui penggunaan bahasa dan ekspresi orang yang diwawancarai, serta untuk memberikan klarifikasi atas hal-hal yang belum diketahui (Rijal Fadli, 2021).

2) Studi Literatur

Data penelitian ini dikumpulkan melalui studi literatur terkait kasus yang sesuai dengan kasus yang diteliti. Dalam penelitian ini, studi literatur dilakukan dengan meninjau berbagai kajian kepustakaan yang diperlukan.

Tujuan menggunakan metode ini sebagai langkah awal dalam perencanaan penelitian, dengan memanfaatkan kepustakaan untuk mendapatkan data lapangan tanpa memulai penelitian secara langsung (Nurjanah & Mukarromah, 2021).

1.6.4. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan langkah - langkah yang terdapat empat komponen merujuk pada model interaktif Milles dan Huberman yang bersumber pada buku Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner (Dr. Siti Fadjarajani, 2020), meliputi :

1) Pengumpulam Data (*data collection*)

Tahap pertama, data yang telah dikumpulkan melalui wawancara informan menjadi landasan utama untuk analisis lebih lanjut. Data ini mencakup informasi penting dari informan yang diperoleh secara langsung.

2) Reduksi Data (*data reduction*)

Tahap kedua, data yang telah dikumpulkan peneliti diolah melalui menyederhanakan, dipilih, dan difokuskan pada informasi yang relevan dengan penelitian. Pada proses ini data yang tidak diperlukan dibuang untuk mempermudah proses analisis.

3) Penyajian Data (*data display*)

Tahap ketiga, data yang telah mengalami proses reduksi kemudian disajikan dalam format yang lebih terstruktur, seperti tabel, grafik, diagram, atau matrik. Penyajian ini merupakan kumpulan informasi yang

disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan peneliti dalam memahami pola, hubungan, atau kecenderungan yang ada dalam data tersebut.

4) Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Tahap terakhir, peneliti melakukan interpretasi dan menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan. Kesimpulan ini terus diuji dan diverifikasi selama proses analisis untuk memastikan keakuratan dan validitasnya.