

BAB III

PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian mengenai perubahan sikap pengguna aplikasi MyPertamina berdasarkan wawancara dengan delapan informan yang memiliki kualifikasi khusus. Subjek penelitian terdiri dari delapan pengguna aplikasi MyPertamina, baik yang aktif maupun yang pasif dalam penggunaannya. Pembahasan dilakukan dengan menggunakan *Diffusion of Innovation Theory* (Littlejohn et al, 2017) serta mempertimbangkan konsep digitalisasi pelayanan, perilaku konsumen, dan peran media sosial dalam penerimaan dan penggunaan aplikasi ini.

3.1. Analisis dan Interpretasi Data

Penyajian dan interpretasi data menjelaskan temuan penelitian dengan judul “Perubahan Sikap Pengguna Aplikasi MyPertamina” mengenai adanya perubahan sikap yang terjadi pada pelanggan PT Pertamina pada penggunaan inovasi baru yaitu aplikasi MyPertamina terutama untuk pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi. Hasil penelitian disajikan dengan *Diffusion Of Innovation Theory* (Littlejohn et al, 2017) dan dengan konsep digitalisasi pelayanan, perilaku konsumen, dan media sosial sebagai sarana pengenalan inovasi.

3.1.1. Respon Masyarakat Terhadap Aplikasi MyPertamina

Hasil wawancara dari delapan informan yang merupakan pengguna aplikasi MyPertamina melalui pertanyaan yang sesuai dengan lima tahap

dalam proses adopsi pada *Diffusion of Innovation Theory* oleh Stephen W. Littlejohn :

1. Pengetahuan (*Knowledge*)



Sumber : instagram @patraniagarjbt

Gambar 3. 1 Infografis Aplikasi MyPertamina

Berdasarkan delapan informan hanya satu informan yang mengetahui informasi tersebut bukan dari sosial media instagram, sebagian besar mendapatkan informasi melalui media sosial pada platform instagram PT Pertamina Regional Jawa Bagian Tengah (RJBT) dikarenakan informan yang diambil berada di wilayah kota Semarang yang mana dinaungi oleh PT Pertamina Regional Jawa Bagian Tengah (RJBT) jadi sebagian informan mengikuti instagram dan mengetahui informasi tersebut dari sosial media @patraniagarjbt.

Berdasarkan delapan informan yang telah diwawancarai hanya dua informan yang menyatakan bahwa informasi mengenai aplikasi

MyPertamina dirasa cukup jelas penyampaianannya baik pendaftaran akun ataupun informasi mengenai kebijakan, yang mana informasi tersebut dapat diartikan dari *sample* yang diambil bahwa pengumuman yang diberikan sudah cukup menarik perhatian beberapa konsumen namun untuk kejelasan yang diberikan kurang tersampaikan jelas. Sosialisasi melalui sosial media sudah cukup untuk menarik perhatian konsumen agar mencari tau lebih banyak tentang informasi aplikasi tersebut. Di sisi lain masih perlu ditingkatkan dalam edukasi secara offline terutama pada petugas SPBU yang setiap hari melayani dan berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, seperti salah satu pernyataan informan yang menyatakan bahwa masih ada SPBU yang bahkan menolak transaksi menggunakan aplikasi MyPertamina karena kurangnya pengetahuan petugas dan jaringan yang kurang memadai di daerah tersebut.

2. Persuasi (*Persuasion*)



Sumber : mypertamina.id

Gambar 3. 2 Aplikasi MyPertamina

Pernyataan awal lima informan menunjukkan kurang setuju mengenai kebijakan yang dibuat, dikarenakan pada pendaftaran dianggap menyulitkan dan adanya keterbatasan akses internet di sebagian wilayah yang kurang mendukung sehingga menjadi faktor yang menghambat penggunaan aplikasi MyPertamina. Faktor utama dari hasil wawancara beberapa informan secara menyeluruh yang memengaruhi ketertarikan pengguna yaitu hanya menaati kebijakan yang dibuat, namun ada faktor pendukung yang dapat menambah ketertarikan yaitu poin *reward* yang dapat dikumpulkan pengguna setelah transaksi yang dinilai menarik karena dapat ditukarkan dengan promo ataupun hadiah yang misalnya berupa *cashback*.

Dalam proses keputusan adopsi terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi sesuai dengan *Diffusion of Innovation Theory* oleh Stephen W. Littlejohn :

Keunggulan Relative (*Relative Advantage*) mengacu pada tingkat keuntungan yang dirasakan oleh konsumen PT Pertamina cenderung ke arah menguntungkan atau tidak apabila adopsi inovasi (Aulia & Khaerunnisa, 2023). Sebagian informan sebagai konsumen PT Pertamina sekaligus dengan pengguna aplikasi MyPertamina merasakan adanya keunggulan dan keuntungan yang didapatkan seperti insentif tambahan promo dan *cashback* yang di berikan kepada pengguna MyPertamina.

Kompatibilitas (*Compatibility*) mengacu pada pertimbangan kesesuaian antara kebutuhan dan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena ini kompatibilitas menjadi sebuah fitur yang penting dalam sebuah inovasi berkaitan dengan gaya hidup yang dapat meningkatkan kemungkinan konsumen dalam mengadopsi teknologi digital (Aulia & Khaerunnisa, 2023). Kesesuaian antara kebutuhan dan nilai yang dirasakan oleh konsumen seperti pada konsumen yang memiliki gaya hidup manajemen segala pengeluaran maupun pemasukan, dengan melihat kalkulasi jumlah konsumsi pemakaian Bahan Bakar Minyak (BBM) dapat membantu kebutuhan konsumen tersebut.

Kompleksitas (*Complexity*) mengacu pada tingkat kesulitan yang akan dirasakan oleh konsumen dalam memahami penggunaan inovasi tersebut, hal tersebut berbanding terbalik dengan kemudahan pemakaian (Aulia & Khaerunnisa, 2023). Tingkat kesulitan konsumen dalam memahami dan menggunakan aplikasi MyPertamina cukup membingungkan pada kesan awal informan, sebagian informan berpendapat bahwa menggunakan aplikasi tersebut untuk kebijakan yang dibuat terlalu rumit, sebelum konsumen mencoba memahami secara langsung tingkat kesulitannya.

Uji Coba (*Trialability*) mengacu pada sejauh mana aplikasi MyPertamina dapat diuji coba sebelum diadopsi. Jika pengguna dapat mencoba atau melihat edukasi uji coba aplikasi MyPertamina dengan risiko rendah, mereka lebih cenderung untuk mengadopsinya (Gumilang et al., 2024). PT Pertamina melakukan taktik pada instagram @patraniagarjbt yaitu membuat konten dalam bentuk poster digital yang di upload dan berisi mengenai tata cara untuk menjadi konsumen Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi. Hal tersebut merupakan salah satu bagian edukasi dalam uji coba untuk konsumen mencoba daftar.

Keterlihatan (*Observability*) merupakan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan lain sebagai bentuk pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan (Gumilang et al., 2024). Melihat pada komentar yang ada pada akun instagram @patraniagarjbt dapat

dijadikan sebuah testimoni untuk konsumen yang belum mencoba, melihat bagaimana tanggapan yang beragam dapat menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Konsumen yang dapat memutuskan melihat dan membaca komentar dari sisi positif atau negatif untuk pertimbangan yang akan diambil.

3. Keputusan (*Decision*)

Terdapat dua garis besar yang didapatkan dari delapan informan dalam langkah keputusan konsumen yang diambil, yakni :

Bagi konsumen yang memiliki kendaraan lebih dari satu terutama bagi yang memiliki mobil, cenderung lebih dapat menerima aplikasi ini, dikarenakan kebijakan yang dibuat mengarah pada pengendara roda empat yang lebih ditekankan dalam mendaftarkan kendaraannya untuk diseleksi kelayakan mendapatkan Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi. Dari hasil informasi pada informan yang lebih banyak menggunakan kendaraan roda empat di kesehariannya memiliki keputusan yang cenderung cepat untuk mengadopsi inovasi yaitu pada kurun waktu satu hingga tujuh hari dari informasi yang diterima informan, angka tersebut diambil karena menurut tata cara untuk mendapatkan barcode proses verifikasi seleksi kurang lebih pengguna harus menunggu hingga kurun waktu tujuh hari. Terutama kebijakan yang dibuat berfokus pada pengendara mobil dan informasi pertama yang disebar luaskan berfokus pada pengendara mobil.

Bagi konsumen yang berkendara hanya dengan motor kurang mendapatkan manfaat utamanya yaitu *barcode*, karena bagi pengendara motor *scann barcode* dilakukan oleh petugas dan tidak perlu mendaftarkan kendaraanya pada aplikasi MyPertamina. Pada beberapa informan yang menyatakan bahwa kendaraan motornya bukan pengguna Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi memutuskan tetap menggunakan aplikasi tersebut karena adanya manfaat *reward* yang dirasakan konsumen. Dari beberapa penjelasan informan yang pada kesehariannya mengendarai kendaraan roda dua memiliki peluang adopsi yang cenderung lama, karena dalam proses adopsi inovasi informan memiliki ketertarikan secara khusus atau sesuai dengan kebutuhan informan, seperti pada salah satu informan yang merasa membutuhkan fitur riwayat transaksi untuk dapat memantau pengeluaran keuangan maupun konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) kendaraannya. Dengan memiliki alasan dan ketertarikan khusus bagi pengendara motor akan cenderung mengadopsi, dan untuk mencapai titik ketertarikan pengguna harus mencari informasi lebih dalam apa yang dibutuhkan pengguna pada fitur yang tersedia. Maka dibandingkan dengan pengendara roda empat yang harus memenuhi kebijakan, bagi pengendara roda dua untuk dapat mengadopsi aplikasi harus memerlukan waktu yang lebih lama.



Sumber : mypertamina.id

Gambar 3. 3 Riwayat Pembelian Aplikasi MyPertamina

Secara keseluruhan sebagian informan mengambil keputusan utama tetap menggunakan aplikasi MyPertamina untuk menaati kebijakan yang ada meskipun pada awal penerimaan informasi merasa terbebani, ditambah dengan adanya faktor pendukung lain yaitu fitur aplikasi yang dapat dibutuhkan beberapa orang seperti contohnya riwayat transaksi beserta jumlah Bahan Bakar Minyak (BBM) yang digunakan kendaraan sehingga membantu memperjelas pengeluaran keuangan serta fitur untuk menemukan SPBU terdekat yang membuat konsumen merasa cukup terbantu dengan fitur yang ada.

4. Implementasi (*Implementation*)

Penggunaan aplikasi MyPertamina sebagian informan mengalami beberapa kendala teknis seperti jaringan yang lemah disebagian wilayah yang terpencil, antrian panjang, dan waktu yang lama pada saat pendaftaran *barcode*. Dalam mengatasi kendala yang ada

konsumen melakukan cetak *barcode* untuk mengurangi kendala jaringan yang kurang mendukung sehingga dapat menyebabkan antrian panjang, dengan mencetak *barcode* dalam mempersingkat waktu baik untuk konsumen maupun petugas tidak menunggu lama.

5. Konfirmasi (*confirmation*)

Hasil dari wawancara informan dapat ditarik kesimpulan pada bagian konfirmasi yaitu beberapa pengguna merasa puas dengan manfaat yang diberikan, terutama pada aspek transparansi Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi, namun pada sebagian kecil pada *sample* yang diambil masih merasa aplikasi ini memiliki kekurangan dalam efektivitas antrian dan kemudahan akses, sehingga belum sepenuhnya menerima atau bahkan mendukung inovasi ini. Konsumen yang sudah terbiasa dengan transaksi digital (*cashless*) akan lebih mudah menerima adaptasi ini dibandingkan untuk konsumen yang awam akan digitalisasi pelayanan berbasis aplikasi.

3.2. Perilaku Konsumen MyPertamina

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam proses adopsi aplikasi MyPertamina menunjukkan berbagai respon dalam berusaha untuk adaptasi pada aplikasi tersebut. Berdasarkan pernyataan dari delapan informan, yang mengendarai kendaraan roda empat menyatakan bahwa merasa keberatan terhadap kebijakan yang dibuat, salah satunya yaitu proses pendaftaran aplikasi MyPertamina yang rumit, sedangkan sebagian informan yang mengendarai kendaraan roda dua lebih mempertimbangkan karena pembelian tidak bergantung

pada kebijakan, sehingga baik pengguna roda empat maupun roda dua tetap menggunakan aplikasi MyPertamina karena kebijakan dan juga fitur yang dianggap menarik serta dibutuhkan informan. Sebagian informan proaktif dalam mencari solusi untuk kendala teknis, seperti mencetak *barcode* sebagai alternatif. Namun, sebagian besar pengguna cenderung memanfaatkan aplikasi tersebut semata-mata karena kebijakan yang diterapkan, bukan karena nilai tambah yang ditawarkan oleh aplikasi itu sendiri. Pengguna kendaraan roda empat lebih cenderung menerima dan menggunakan aplikasi ini dibandingkan pengguna motor, karena fitur-fitur dalam aplikasi tersebut lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Perbedaan tingkat penerimaan ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi memainkan peran penting dalam adopsi teknologi oleh konsumen. Untuk memastikan keberhasilan implementasi digitalisasi, perlu ada pendekatan yang lebih adaptif terhadap berbagai jenis pengguna, serta peningkatan nilai tambah yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen.

3.3. Peran Instagram dalam Penyebaran Informasi

Media sosial memegang peran krusial dalam penyebarluasan informasi mengenai aplikasi MyPertamina, yang mana platform seperti Instagram dianggap oleh informan sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi terkait kebijakan dan penggunaan aplikasi tersebut. Melalui media sosial, informasi dapat disampaikan dengan cepat dan mencapai audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Namun, masih terdapat tantangan dalam penyampaian konten edukatif. Beberapa pengguna merasa bahwa

konten yang ada kurang interaktif dan memerlukan lebih banyak tutorial visual serta langkah-langkah praktis agar lebih mudah dipahami. Untuk itu, peningkatan kualitas konten edukasi di media sosial perlu diperhatikan, dengan menambahkan video tutorial yang lebih jelas dan panduan langkah demi langkah yang dapat memudahkan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Upaya ini akan membantu meningkatkan pemahaman dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi MyPertamina, serta mendorong adopsi teknologi yang lebih luas di kalangan masyarakat.