

BAB IV

PENUTUP

4.1. Simpulan

Hasil temuan pada penelitian ini menjelaskan mengenai adanya proses penerimaan konsumen PT Pertamina beserta faktor pengguna aplikasi MyPertamina dalam mengadopsi aplikasi terhadap delapan informan di kota Semarang, Jawa Tengah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan penulis berikut simpulan utama pada penelitian ini :

Sebagian informasi yang didapatkan dari delapan informan sebagian besar mendapatkan informasi mengenai aplikasi MyPertamina dan juga kebijakan pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi melalui instagram PT Pertamina terfokus pada instagram @patraniagarjbt, karena Regional Jawa Bagian Tengah (RJBT) menaungi salah satu kota yang diteliti oleh peneliti. Meskipun demikian, hanya sebagian kecil informan yang merasa informasi yang disampaikan di instagram sudah cukup jelas, sehingga masih diperlukan adanya peningkatan dalam sosialisasi dan edukasi terutama diluar sosial media, dengan sasaran audiens yang tidak aktif membuka sosial media maupun tidak memiliki akun sosial media di *handphone* yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara dengan delapan informan, penerimaan dan penggunaan aplikasi MyPertamina ditemukan masih menghadapi tantangan, meskipun beberapa pengguna sudah menemukan dan memahami manfaatnya.

Dari delapan informan tersebut semua menyatakan pada awalnya merasa terbebani dalam mengadopsi inovasi dengan kebijakan yang dibuat pada aplikasi MyPertamina, terutama pada proses pendaftaran *barcode* untuk Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi bagi pengendara roda empat. Keputusan yang diambil oleh pengguna menunjukkan adanya perubahan sikap yang terjadi dengan faktor penyebab keputusan yang berbeda – beda setiap individunya, yang terbagi menjadi dua variasi, seperti :

Bagi pengguna aplikasi MyPertamina dengan kendaraan roda empat, kebijakan wajib menggunakan *barcode* dalam pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi menjadi faktor utama dalam adopsi aplikasi MyPertamina. Bagi pengguna yang mengendarai roda dua, faktor utama dalam adopsi aplikasi MyPertamina yaitu adanya fitur – fitur yang dapat bermanfaat seperti : poin *reward*, riwayat transaksi, dan pencarian SPBU terdekat yang menjadi daya tarik dalam adopsi aplikasi MyPertamina. Meskipun demikian, dengan dua kategori yang sudah dijelaskan, terdapat perbedaan yang terjadi yaitu pada jangka waktu proses pengambilan keputusan adopsi aplikasi MyPertamina dari informasi yang diterima oleh pengguna yaitu pengendara roda empat terlihat berpotensi lebih cepat mengadopsi karena kebijakan yang dibuat bersifat wajib untuk mendapatkan Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi, sedangkan pengendara roda dua cenderung membutuhkan waktu yang lebih lama karena harus mempertimbangkan fitur – fitur yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi pengguna terlebih dalam pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi bagi pengguna roda dua tidak bergantung pada *barcode*.

Kendala teknis seperti jaringan yang lemah dan antrian panjang di SPBU menjadi faktor penghambat dalam implementasi aplikasi. Selain itu, menurut informasi yang diterima penulis beberapa petugas SPBU masih kurang memahami sistem MyPertamina, sehingga diperlukan pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan pelayanan. Penyebaran informasi, terutama Instagram, memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi terkait aplikasi MyPertamina. Namun, masih diperlukan konten edukatif yang lebih interaktif, seperti tutorial visual dan langkah-langkah praktis agar informasi lebih mudah dipahami oleh pengguna.

4.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yakni, hanya berfokus pada analisis perubahan sikap yang terjadi pada pengguna aplikasi MyPertamina dan dengan faktor utama serta faktor pendukung, tidak mendalami secara lebih lanjut bagi konsumen PT Pertamina yang memilih tidak mengadopsi aplikasi MyPertamina. Sehingga sudut pandang yang diambil hanya bagi konsumen PT Pertamina yang menggunakan aplikasi MyPertamina.

4.3. Saran

Penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen PT Pertamina dalam menggunakan aplikasi MyPertamina di Kota Semarang. Diharapkan dengan menggunakan metode tersebut temuan yang dihasilkan akurat.

PT Pertamina disarankan dapat memperluas edukasi dan sosialisasi mengenai aplikasi MyPertamina secara menyeluruh, tidak hanya dengan sosial media. Karena konsumen PT Pertamina tidak hanya dapat dijangkau hanya bantuan sosial media instagram saja.