

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

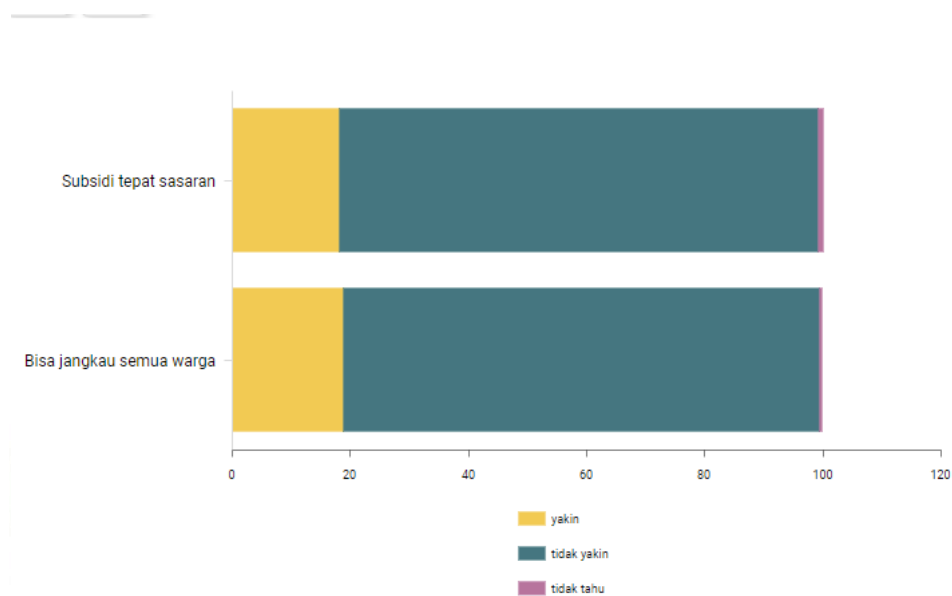
Marketing communication elemen yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness*. Suatu perusahaan melakukan strategi *marketing communication*, dikarenakan tujuan penting perusahaan adalah ekuitas merek dan akhirnya dapat meningkatkan *brand awareness* yang efektif (Tulasi, 2012). Hal ini dapat terjadi karena ketika perusahaan melakukan komunikasi pemasaran, diharapkan bahwa pelanggan akan mengambil langkah yang tepat untuk suatu *brand* tersebut. Hal ini dilakukan dengan *customer* akan mencoba *brand* pada tahapan awalnya, kemudian tetap melakukan pengulangan pembelian kedepannya dan loyalitas *brand* dari customer pun terjadi.

Definisi *marketing communication* menurut Fill & Turnbull (2016) merupakan aktivitas yang melibatkan *audiens*, serta dibentuk untuk nantinya *audiens* dapat terlibat dan melakukan promosi melalui percakapan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan *marketing communication* adalah Pertamina dalam aplikasi MyPertamina. Hal ini juga didukung oleh jurnal terdahulu, menurut Boer (2020) yang mengatakan bahwa Pertamina melakukan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan berupa survey terlebih dahulu. PT Pertamina sebagai perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang energi dan penyumbang dividen paling besar di Indonesia melakukan kegiatan *Marketing communication* pada MyPertamina untuk meningkatkan *brand awareness* serta memberikan informasi terkait kegunaan aplikasi MyPertamina. Hal ini diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat mengenai manfaat serta penggunaan dari aplikasi MyPertamina kedepannya.

Menurut Dzulfaroh (2022), aplikasi MyPertamina merupakan suatu aplikasi yang dibentuk dalam suatu program digitalisasi SPBU dan fungsi dibentuknya

aplikasi ini adalah untuk membedakan tingkatan pengguna bahan bakar sesuai dengan kalangan mobil tersebut. Adapun tujuan utama pembuatan aplikasi ini agar penyebaran bahan bakar dapat tepat sasaran seperti bahan bakar minyak pertalite diperjualbelikan untuk kendaraan kalangan menengah sedangkan kalangan ke atas sampai ke bawah dapat menggunakan bahan bakar pertamax, dan lainnya, sehingga nantinya penyaluran subsidi dan dilakukan monitor dapat tepat sasaran.

Namun banyak masyarakat yang salah mengartikan bahwa adanya aplikasi ini hanya untuk menyulitkan pelanggan kendaraan bahan bakar minyak subsidi, sehingga banyak masyarakat yang kurang mengenal aplikasi MyPertamina dikarenakan kurangnya himbuan terhadap masyarakat. Menurut Wiryanto dalam [Republika.co.id](https://www.republika.co.id) (2022) edukasi mengenai aplikasi MyPertamina belum menyeluruh yang menyebabkan penggunaannya masih jarang serta masyarakat menganggap adanya aplikasi ini membuat pembayaran BBM menjadi lebih sulit, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan pembayaran cash/langsung terlebih untuk masyarakat yang kurang mengerti. Hal ini menandakan bahwa aplikasi ini harus melakukan sosialisasi lebih spesifik agar nantinya masyarakat mendapatkan informasi mengenai penggunaan aplikasi secara jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman terhadap penggunaan aplikasi Mypertamina.



Gambar 1. 1: Keyakinan responden terhadap pembelian BBM melalui MyPertamina
 Sumber: Databoks (2022)

Penggunaan aplikasi MyPertamina sudah dilakukan sosialisasi, menurut Natalia berdasarkan artikel yang dikutip dari Kompas.tv (2022) yaitu Pertamina telah melakukan sosialisasi untuk masyarakat yang ingin langsung mendaftarkan kendaraan pribadi ke aplikasi MyPertamina akan secara langsung dibantu oleh petugas yang sudah ada di posko tempat daftar yang berada di berbagai SPBU Pertamina mengenai cara penggunaan dalam aplikasi tersebut yang dimulai dari cara mendaftar serta menggunakan aplikasi MyPertamina untuk kedepannya.

Namun sosialisasi itu dapat dikatakan kurang efektif dikarenakan terdapat hasil survey litbang Kompas dalam Databoks (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi MyPertamina yang tersebar di beberapa provinsi sebagai uji coba memberikan hasil sebanyak 81,1% responden banyak yang belum yakin mengenai efektivitas dalam pembelian bahan bakar minyak pelanggan melalui aplikasi MyPertamina apakah memiliki manfaat yang nantinya sesuai dengan sasaran dalam menciptakan aplikasi MyPertamina dan sebanyak 80,6% responden merasa belum yakin yang dikarenakan aplikasi MyPertamina apakah mampu diakses seluruh warga yang berada di Indonesia atau hanya di titik tertentu saja, penyebabnya yaitu beberapa masyarakat atau pelanggan BBM

banyak yang belum lancar dalam mengakses internet dan memiliki gadget. Ketidakyakinan dan alasan responden terhadap penggunaan aplikasi ini menandakan bahwa masyarakat masih kurang *aware* terhadap fungsi diadakannya aplikasi MyPertamina. Selain itu, mereka juga belum mendapatkan informasi yang valid terkait hal tersebut.

Dikutip dari Kencana dalam Liputan6.com (2023), ditemukan juga data dari BPH migas bahwa terdapat 3.384.428 orang yang mendaftar sebagai pengguna aplikasi MyPertamina, lalu sebanyak 3.383.647 kendaraan sudah terverifikasi serta sebanyak 203 lainnya belum verifikasi, sedangkan berdasarkan badan pusat statistik (2022) jumlah kendaraan mobil penumpang sudah sebanyak 17.175.632. Hal ini juga menunjukkan bahwa kurang dari setengah pengguna kendaraan bermobil tidak menggunakan MyPertamina yang berarti bahwa kesadaran yang dimiliki masyarakat mengenai kegunaan aplikasi ini masih sangat kurang.

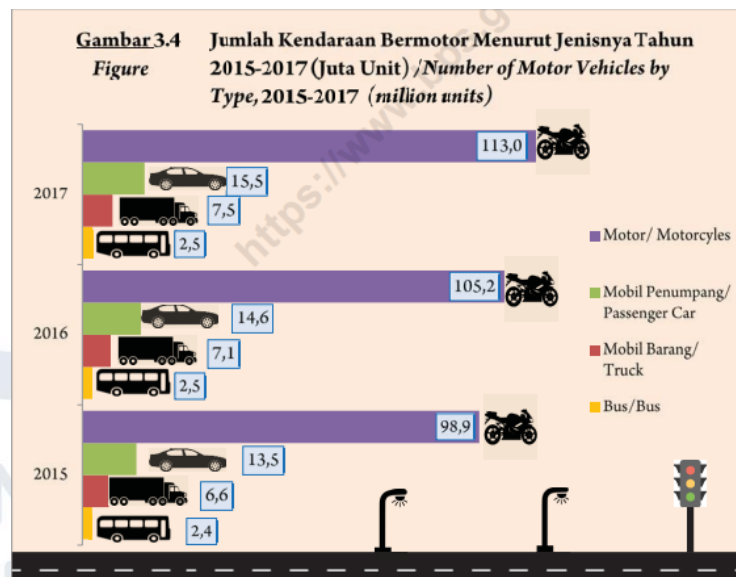


Gambar 1. 2: Penggunaan internet di Indonesia tahun 2022
Sumber: Dwi Riyanto dalam Kompasiana (2022)

PT Pertamina menciptakan aplikasi dalam memudahkan pengisian bahan bakar subsidi seperti pertalite dan pertamax, perkembangan teknologi yang begitu pesat juga membuat PT Pertamina melakukan suatu temuan baru seiring mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan pembuatan aplikasi

dalam mengisi bahan bakar minyak. Adanya aplikasi MyPertamina diciptakan karena mengikuti perkembangan teknologi yang semakin berkembang dan memudahkan konsumen dalam melakukan pertukaran terhadap pembayaran yang sebelumnya secara cash menjadi cashless.

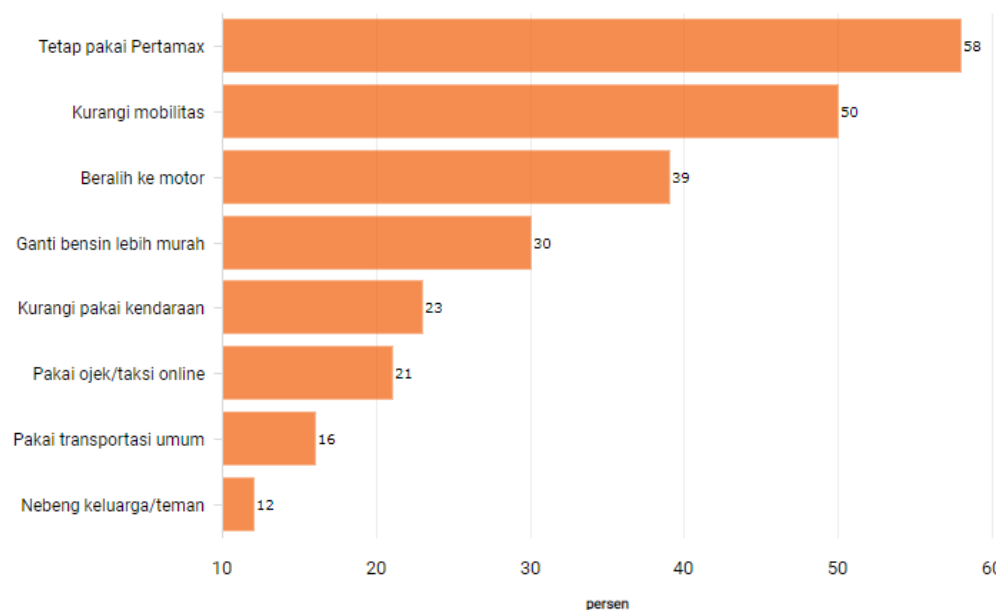
Menurut Riyanto (2022), penggunaan internet di Indonesia sudah menyentuh angka 73,7 % populasi di Indonesia di awal tahun 2022. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat sudah melakukan aktivitas apapun melalui internet dan juga aktif dalam *social media* baik mengenai informasi terhadap trend yang terbaru ataupun suatu temuan teknologi seperti aplikasi yang nantinya memberikan kemudahan bagi pelanggan SPBU Pertamina dalam pembelian BBM, sehingga adanya aplikasi MyPertamina ini secara tidak langsung telah mengikuti perkembangan teknologi yang serba digital maka dibuat pembelian bahan bakar minyak di SPBU menggunakan aplikasi. Walaupun untuk saat ini pengguna aplikasi ini masih sangat jarang dan tidak sebanyak pengguna Internet di Indonesia dikarenakan PT Pertamina kurang melakukan sosialisasi terkait penggunaan aplikasi MyPertamina.



Gambar 1. 3: Jumlah kendaraan bermotor menurut jenis dan tahun
Sumber: Statistik Transportasi Darat (2017)

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (2017) mengatakan bahwa populasi penduduk Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan jumlah

penduduk yang membuat Negara Indonesia termasuk ke dalam kategori penduduk yang sangat banyak di dunia dan tingginya populasi penduduk ini menciptakan pemakaian jenis kendaraan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun seperti pada tahun 2015-2017 yang setiap tahunnya terjadi peningkatan terutama terhadap kendaraan motor dengan selisih 7,8 juta unit jika dilihat pada tahun 2017 ke tahun 2016 apabila dibandingkan dengan mobil penumpang atau pribadi dengan jumlah 900 ribu unit, mobil barang dengan jumlah 400 ribu unit, dan yang mengalami peningkatan paling sedikit dengan kendaraan yang lainnya yaitu bus dengan jumlah 100 ribu unit saja. Hal ini membuat bahan bakar kendaraan bermotor juga menjadi suatu keperluan yang hampir dibutuhkan setiap saat, mengingat jumlah kendaraan yang setiap tahunnya semakin bertambah menyebabkan kebutuhan terhadap bahan bakar minyak seperti bensin juga mengalami peningkatan sesuai dengan kadar terhadap kendaraan masing-masing.



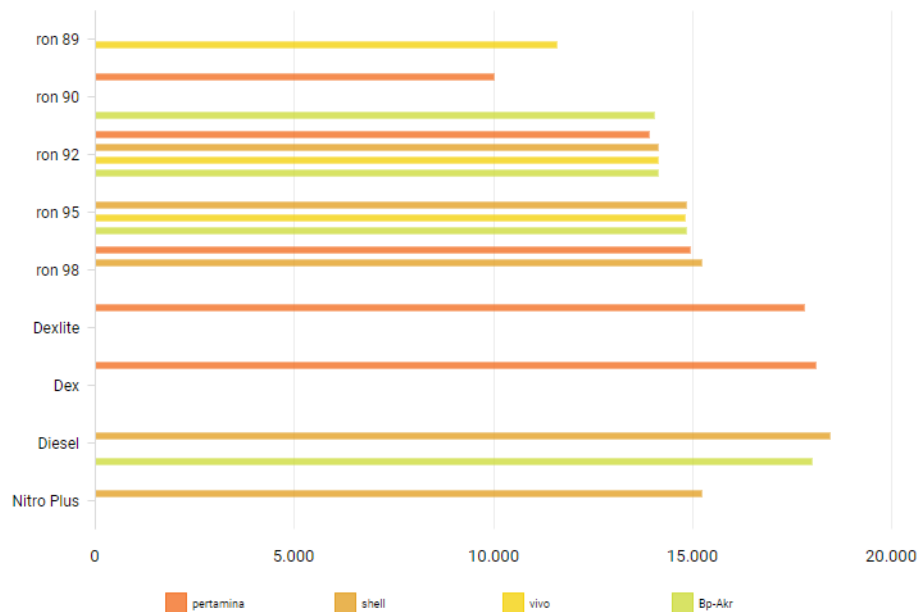
Gambar 1. 4: Sikap kendaraan pelanggan dalam kenaikan pertamax
Sumber: databoks (2022)

Bahan bakar minyak sebagai kebutuhan sehari-hari untuk bahan bakar kendaraan pribadi dikarenakan pengendara mobil pribadi, mobil taxi, angkutan umum, dan lainnya membutuhkan bahan bakar minyak berupa bensin untuk

keperluan kendaraan mereka sedangkan pada tanggal 3 september 2022 PT Pertamina baru saja mengumumkan bahwa bahan bakar minyak subsidi resmi naik seperti pertalite dan pertamax yang menyebabkan penolakan kenaikan harga BBM oleh masyarakat, namun dikarenakan bahan bakar minyak merupakan suatu kebutuhan yang penting bagi masyarakat, hal ini membuat masyarakat mau tidak mau untuk menerima kenaikan harga tersebut bahkan banyaknya masyarakat yang memakai BBM pertamax menjadi pertalite dikarenakan kenaikan harga tersebut, akan tetapi tidak sedikit juga masyarakat yang tetap memakai bahan bakar minyak pertamax dikarenakan oktan dari pertamax cukup tinggi dan memiliki kandungan yang dapat menjaga mesin kendaraan tetap tahan lama.

Menurut survey Databoks (2022) menunjukkan sebanyak 58% atau 351 responden yang memiliki kendaraan mobil dan memakai bahan bakar minyak pertamax tetap komitmen dalam memakai pertamax walaupun mengalami kenaikan dan tidak beralih pada RON 90 yaitu Pertalite, sedangkan sisa dari responden memiliki pilihan yang berbeda-beda seperti 50% tidak ingin mengambil keputusan yang membingungkan sehingga lebih memilih untuk mengurangi mobilitas, beberapa juga ada kendaraan mobil yang digunakan memakai BBM pertamax, namun dikarenakan harga yang mengalami kenaikan cukup tinggi maka responden bukan berpindah ke pertalite melainkan langsung berpindah kendaraan yaitu motor sebanyak 50%, sedikit yang lebih memilih untuk bensin yang lebih murah untuk menekan biaya transportasi sebanyak 30%, dan beberapa diantaranya memiliki pilihan masing-masing seperti diagram di atas.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1. 5: Perbandingan harga BBM di SPBU DKI Jakarta
Sumber: Databoks (2022)

Menurut survey Databoks (2022) mengatakan bahwa, jika dilihat perbandingan di berbagai SPBU seperti Pertamina, Shell, Vivo, dan BP, SPBU Pertamina tetap memiliki harga yang lebih relatif dan terjangkau dibandingkan para pesaingnya walaupun dengan selisih harga yang sangat tipis. Namun Pertamina tetap memiliki minat masyarakat dalam pembelian bahan bakar minyak walaupun harga setiap oktan meningkat dalam hitungan per liter namun terdapat penurunan harga pada bahan bakar minyak jenis pertamax dengan selisih harga Rp 600/liter dengan harga sebelumnya 14.900 menjadi 13.900/liter. Selain harga per liter bahan bakar minyak di SPBU Pertamina yang memiliki harga relatif dibandingkan Shell, Vivo, dan BP, PT Pertamina juga menciptakan suatu aplikasi yaitu MyPertamina yang bertujuan untuk memudahkan serta mengikuti perkembangan teknologi di zaman yang serba digital saat ini untuk nantinya memudahkan pelanggan bahan bakar minyak dalam melakukan transaksi dan sesuai dengan RON atau kadar oktan yang diinginkan seperti pertalite, pertamax dan lainnya.

Melihat aplikasi Mypertamina melakukan berbagai kegiatan, membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *marketing*

communication yang dilakukan PT Pertamina terhadap aplikasi MyPertamina untuk meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat terkait penggunaan dan fungsi aplikasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

MyPertamina merupakan aplikasi yang mengikuti perkembangan teknologi digital dan aplikasi ini diharapkan dapat menjadi aplikasi yang memonitor penggunaan bbm oleh masyarakat, diharapkan juga penyaluran BBM bersubsidi dapat tepat dengan sasaran melalui aplikasi ini. PT Pertamina kurang membangun Brand awareness yang menyebabkan jumlah pengguna aplikasi ini masih sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa kurang dari setengah pengguna kendaraan bermobil tidak menggunakan MyPertamina, sehingga dapat dikatakan bahwa kesadaran yang dimiliki masyarakat mengenai kegunaan aplikasi ini menyebabkan aplikasi masih kurang sedikit yang menginstal aplikasi ini.

Maka dari itu, peneliti ingin meneliti terkait strategi *marketing communication* seperti apa yang dilakukan MyPertamina dalam meningkatkan *Brand Awareness* agar pemanfaatan MyPertamina tepat bagi masyarakat. Konsep strategi *Marketing communication* yang akan digunakan untuk penelitian ini merupakan konsep *Marketing communication* menurut Fill & Turnbull (2016).

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tercipta pertanyaan penelitian berupa “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pertamina dalam Meningkatkan *Brand awareness* Aplikasi MyPertamina?” Yang akan ditelaah pada kegiatan-kegiatan komunikasi pemasaran aplikasi MyPertamina yang meliputi *advertising, public relation, direct marketing, personal selling, dan sales promotion*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran PT Pertamina dalam meningkatkan *Brand awareness* aplikasi MyPertamina.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Peneliti memiliki harapan dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada ilmu komunikasi khususnya tentang strategi komunikasi pemasaran

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat untuk perusahaan lain dalam bertambahnya wawasan yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini memiliki harapan dalam membantu memecahkan suatu masalah yang sama dengan topik penelitian ini

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mencari penelitian dengan topik yang serupa yaitu topik mengenai aplikasi MyPertamina, terlebih memiliki kaitan dalam strategi komunikasi pemasaran.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA