

BAB I

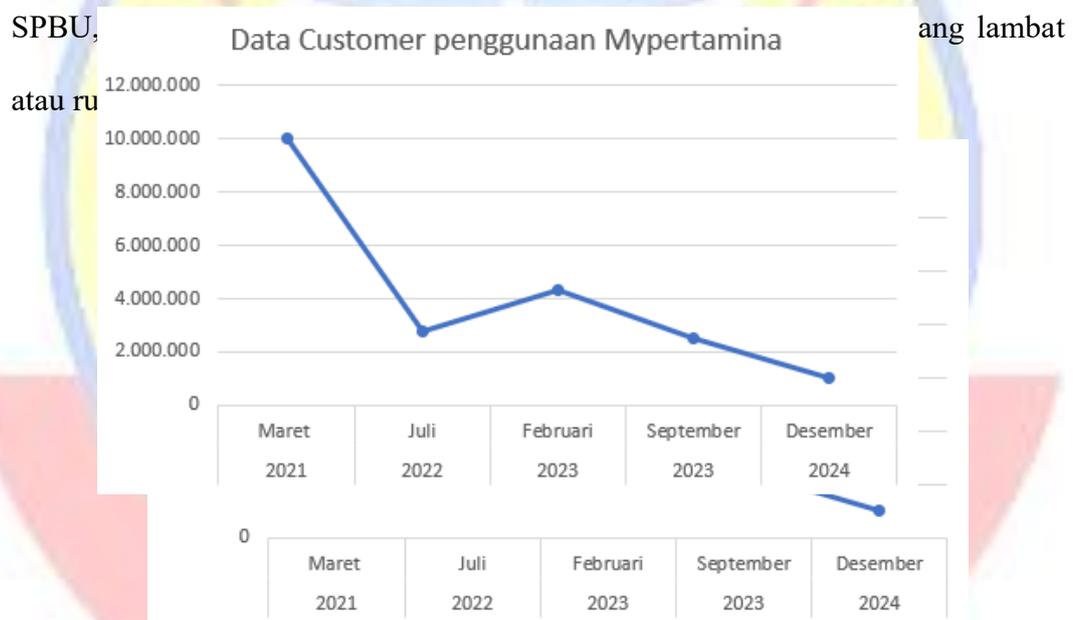
PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Strategi promosi menjadi bagian terpenting perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dalam upaya meningkatkan minat beli, serta menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen. maka dalam era digital yang semakin berkembang, inovasi teknologi menjadi salah satu bagian terpenting yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan, yang semakin pesat serta ketat. PT. Pertamina (Persero) terus berupaya mengintegrasikan teknologi dalam operasional dan pelayanannya. salah satu wujud inovasi tersebut adalah melalui peluncuran aplikasi MyPertamina, sebuah platform digital yang dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi di SPBU sekaligus memberikan berbagai keuntungan *cashback* dan promosi menarik.

MyPertamina menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan pengisian Bahan Bakar Minyak (BBM), aplikasi ini berfungsi tidak hanya untuk alat transaksi digital, akan tetapi juga sebagai media promosi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penawaran khusus seperti poin *reward*, *cashback*, dan informasi produk terbaru. tujuan PT. Pertamina membuat aplikasi ini yaitu untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun tidak hanya itu juga aplikasi MyPertamina membantu untuk mempercepat antrian kendaraan dalam melakukan pengisian BBM di SPBU.

Maka, berdasarkan hal diatas penulis melakukan observasi awal, terdapat fenomena permasalahan terkait kualitas pelayanan pengisian BBM di Pertamina. Kurangnya kualitas pelayanan pengisian di Pertamina dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti antrian panjang akibat kurangnya jumlah pompa atau efisiensi pelayanan oleh petugas, serta pelayanan yang lambat karena sistem pembayaran yang sering mengalami gangguan. Selain itu, ketersediaan BBM yang tidak stabil, terutama untuk jenis tertentu seperti pertalite atau pertamax, seringkali membuat pelanggan kecewa. Permasalahan lainnya meliputi standar pelayanan petugas yang kurang profesional, kebersihan dan fasilitas yang tidak memadai di SPBU, atau ru



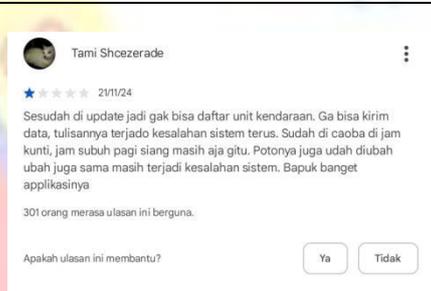
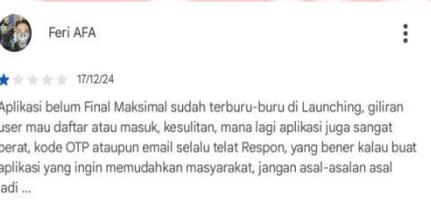
Gambar 1.1 Data Customer Penggunaan MyPertamina

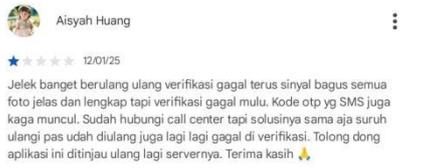
Sumber : SPBU 2025

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa data *customer* yang menggunakan aplikasi MyPertamina tahun 2021 ke 2022 terlihat adanya jumlah penurunan, pada tahun 2023 terlihat sedikit meningkat 2022, pada tahun 2024 jumlah penggunaan mypertamina kembali menurun. Hal ini disebabkan penggunaan aplikasi MyPertamina menghadapi berbagai masalah yang

mengganggu pengalaman pengguna, diantaranya adalah kesulitan dalam proses pendaftaran. Banyak pengguna melaporkan mengalami eror pada tampilan aplikasi serta kendala jaringan internet yang tidak stabil, yang menyebabkan kesulitan dalam menyelesaikan proses pendaftaran. Oleh karena itu, beberapa pengguna juga mengalami kendala dalam menerima email verifikasi, dan *QR Code* yang diperlukan untuk melakukan pengisian. Penggunaan aplikasi ini juga dianggap lebih rumit dibandingkan dengan metode pembayaran tunai, terutama bagi konsumen yang tidak bisa dengan teknologi. Sosialisasi mengenai MyPertamina kepada konsumen masih dianggap kurang merata, sehingga banyak orang yang belum mendapatkan informasi yang cukup tentang cara penggunaan aplikasi MyPertamina ini.

Tabel 1.1 Kepuasan Pelanggan yang Menurun

No	Kepuasan Pelanggan	Keterangan
1.	 <p>Tami Shcezerade ★☆☆☆☆ 21/11/24 Sesudah di update jadi gak bisa daftar unit kendaraan. Ga bisa kirim data, tulisannya terjadi kesalahan sistem terus. Sudah di caoba di jam kunti, jam subuh pagi siang masih aja gitu. Potonya juga udah diubah ubah juga sama masih terjadi kesalahan sistem. Bapuk banget aplikasinya 301 orang merasa ulasan ini berguna. Apakah ulasan ini membantu? <input type="button" value="Ya"/> <input type="button" value="Tidak"/></p>	Pada kepuasan disamping, pelanggan mengeluhkan proses pendaftaran yang terjadi kesalahan terus menerus
2.	 <p>Feri AFA ★☆☆☆☆ 17/12/24 Aplikasi belum Final Maksimal sudah terburu-buru di Launching, giliran user mau daftar atau masuk, kesulitan, mana lagi aplikasi juga sangat berat, kode OTP ataupun email selalu telat Respon, yang bener kalau buat aplikasi yang ingin memudahkan masyarakat, jangan asal-asalan asal jadi ...</p>	Pada kepuasan disamping, pelanggan mengeluhkan verifikasi data yang tidak bisa dikarena data OTP tidak masuk

3.		<p>Pada kepuasan disamping, pelanggan mengeluhkan sistem aplikasi yang terus gagal dan tidak bisa dipakai walaupun sudah menghubungi call center.</p>
----	---	---

Sumber : Play Store 2025

Pada tabel berikut berdasarkan data kepuasan pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa masih banyaknya penggunaan aplikasi mypertamina yang belum puas dengan sistem yang ada di aplikasi tersebut meskipun kebijakan pendaftaran bertujuan untuk memastikan subsidi hanya di terima oleh mereka yang berhak, implementasinya masih menimbulkan berbagai tantangan bagi konsumen, oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam edukasi dan penyuluhan agar distribusi bersubsidi dapat lebih tepat sasaran dan mengurangi penyalahgunaan subsidi.

Maka berdasarkan observasi awal penulis akan melakukan analisis berbagai aspek promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh SPBU. Termasuk dapat menyampaikan wawasan mendalam terkait efektivitas dan perbaikan yang dilakukan pada rangka meningkatkan kualitas pelayanan BBM di SPBU Caringin Bandung. Maka dari fenomena ini menarik oleh penulis dengan judul Usulan Penelitian “Analisis Strategi Promosi Melalui Mypertamina dalam upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pengisian Bahan Bakar Minyak di Stasiun Bahan Bakar Umum Caringin Bandung”.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu untuk menganalisis aspek-aspek mengenai strategi promosi My Pertamina yang dijalankan oleh SPBU dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pengisian BBM di SPBU Caringin Bandung.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Bagaimana strategi promosi melalui My Pertamina di SPBU Caringin Bandung?
- b. Bagaimana kualitas pelayanan pengisian bahan bakar minyak di SPBU caringin bandung?
- c. Bagaimana strategi promosi melalui My Pertamina dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pengisian BBM di SPBU caringin bandung?

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui strategi promosi melalui My Pertamina di SPBU Caringin Bandung.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pengisian BBM di SPBU Caringin Bandung.
- c. Untuk mengetahui strategi promosi melalui My Pertamina dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pengisian BBM di SPBU Caringin Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Pada dasarnya manfaat dari penelitian ini dapat dibedakan dalam dua kategori yaitu :

1.5.1 Kegunaan Teori

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dalam perkembangan ilmu administrasi bisnis berupa :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pengembangan ilmu administrasi bisnis khususnya mengenai strategi promosi dan kualitas pelayanan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan masukan bagi penulis karya ilmiah di bidang administrasi bisnis tentang strategi promosi dan kualitas pelayanan konsumen.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Hal ini bertujuan agar penulis bisa mengembangkan pengetahuan, menambah wawasan baru untuk membentuk pemikiran ilmiah, serta menggali kemampuan penulis untuk menerapkan ilmu administrasi bisnis yang dipelajari dalam perkuliahan khususnya mengenai Manajemen pemasaran dan komunikasi bisnis

- b. Bagi Instansi/Perusahaan

Sebagai bahan inovasi baru yang dapat di pertimbangkan dalam mempertahankan atau meningkatkan strategi promosi My Pertamina melalui kualitas pelayanan pengisian Bahan Bakar Minyak (BBM) di Pertamina SPBU Caringin Bandung.

c. Bagi Peneliti lain

Menjadi referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa yang datang, khususnya mengenai strategi promosi Melalui My Pertamina dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pengisian BBM di Pertamina SPBU Caringin Bandung.

1.6 Sistematika Penelitian

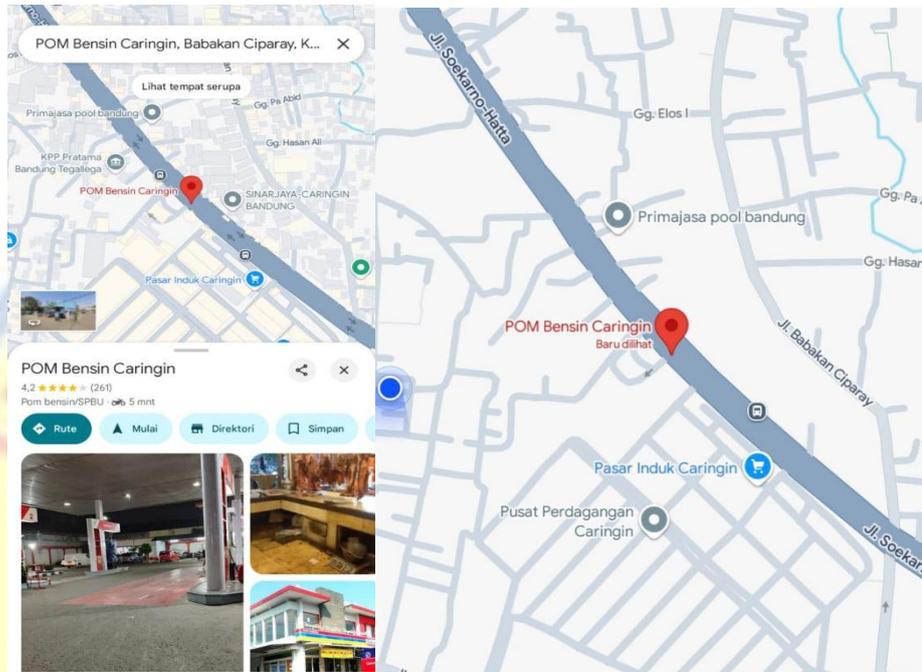
- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, administrasi bisnis, strategi, promosi, strategi promosi, kualitas pelayanan, My Pertamina, SPBU, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh penulis di Kantor SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) Caringin, Kecamatan Babakan Ciparay, Kelurahan Babakan Ciparay, Kota Bandung. Yang

beralamat di Jl. Caringin No. 4-10, Kecamatan Babakan Ciparay, Kelurahan Babakan Ciparay Kota Bandung, Jawa Barat kode pos 40223.



Gambar 1.2 Peta Lokasi SPBU Caringin Bandung

Sumber : Google Maps 2025

1.7.2 Waktu Penelitian

TABEL 1.2

WAKTU PENELITIAN

No	Kegiatan	Tahun 2024/2025				
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Survei Lokus Penelitian					
2.	Identifikasi Masalah Penelitian					
3.	Pengajuan Judul Penelitian					
4.	Analisis Penelitian Pendahuluan					
5.	Penyusunan Laporan Usulan Penelitian					
6.	Seminar Usulan Penelitian					

7.	Tahap Pengumpulan Data				
8.	Tahap Pengelolaan dan Analisis Data				
9.	Sidang Skripsi				

Sumber : Penulis (2025)

