



## Analisis Difusi Inovasi Terhadap Aplikasi MyPertamina

Ulfah Khaidarni<sup>1</sup>, Ahmad Hilal Fauzi<sup>2</sup>, Hairun Nisa<sup>3</sup>, Ing. (Dipl) Rangga Galura Gumelar<sup>4</sup>, Ail Muldi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univeristas Sultan Ageng Tirtayasa

### Abstract

Received: 11 Desember 2022

Revised: 14 Desember 2022

Accepted: 16 Desember 2022

*In the midst of an all-digital and multi-application era, Pertamina released an application in the form of MyPertamina. This is a breakthrough to provide convenience to the public in meeting fuel needs when filling up at gas stations. In addition to facilitating the smooth running of subsidized fuel so that it is right on target. However, in reality, MyPertamina experienced various obstacles. With the theory of innovation diffusion, analyzing various obstacles and finding solutions that can be used. The technology adoption model and the innovation diffusion theory are considered as suitable models to predict user interest in adopting new technology. Dissemination of new ideas or ideas through communication channels is sure to trigger various reactions from the public. In principle, society is not seen as a passive recipient of information, but also as the main participant in development and communication, as local culture and knowledge are valued as part of development.*

**Keywords:** Innovation Diffusion, My Pertamina, Applications, Subsidized Fuel

(\* ) Corresponding Author:

**How to Cite:** Khaidarni, U., Nisa, H., Fauzi, A., Gumelar, R., & Muldi, A. (2023). Analisis Difusi Inovasi Terhadap Aplikasi Mypertamina. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 644-652. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7584912>

## PENDAHULUAN

### A. Difusi Inovasi

Difusi Inovasi adalah teori yang lahir dari pemikiran seorang ilmuwan Prancis, Gabriel Tarde. Teori tersebut menjelaskan bagaimana sebuah ide dan teknologi yang tersebar dalam sebuah kebudayaan. Difusi Inovasi merupakan gabungan dari dua kata. Difusi adalah suatu proses penyebaran informasi yang dianggap baru pada suatu sistem sosial. Inovasi adalah ide, gagasan, atau cara baru oleh suatu sistem sosial yang kemudian diterima dan digunakan sebagai gaya hidup. Proses difusi inovasi merupakan kegiatan mengkomunikasikan sebuah ide mengenai hal baru (inovasi) yang dapat digunakan untuk menyelesaikan problem atau masalah yang sudah ada (Rogers dan Kincaid, 1981). Difusi inovasi memiliki tujuan agar sebuah inovasi terutama teknologi dapat diadopsi oleh individu, kelompok, maupun masyarakat luas.

### B. Adopsi

Rogers dan Schoemakers (1971), menyebutkan bahwa adopsi merupakan penerapan ide, gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh individu, dimana sebuah ide, gagasan, tindakan, atau produk tersebut benar – benar baru ataupun ada sebuah penyempurnaan dari ide, gagasan, tindakan, atau produk yang



telah ada sebelumnya. menurut Mardikanto dan Sutarni (1982), adopsi adalah suatu penerapan atau penggunaan suatu ide, alat, ataupun teknologi baru yang disampaikan dalam bentuk pesan komunikasi, dimana adopsi dapat diamati atau dilihat dalam bentuk tingkah laku, metode, ataupun peralatan dan teknologi yang digunakan dalam kegiatan komunikasinya.

### **C. Uang Elektronik**

Teknologi keuangan atau yang biasa disebut dengan fintech, merupakan sebuah inovasi baru dibidang keuangan. Salah satu fintech yang dikeluarkan adalah uang elektronik. Uang elektronik sendiri memiliki beberapa kemudahan dalam penggunaannya. Beberapa uang elektronik yang biasa dipakai di kalangan masyarakat adalah gopay, shopeepay, ovo, dan masih banyak lagi. Veithzal Rivai (2007: 1367) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Uang elektronik adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut.

### **D. My Pertamina**

Melihat perkembangan E-Commerce yang semakin pesat, PT Pertamina Retail memutuskan memanfaatkan karakter masyarakat Indonesia yang cukup IT Oriented untuk peningkatan pendapatan Perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh PT Pertamina Retail adalah MyPertamina.

Aplikasi MyPertamina merupakan sebuah aplikasi berbasis smartphone dan uang digital yang diberikan kepada konsumen setia Pertamina sebagai bentuk loyalitas konsumen kepada Pertamina. My- Pertamina memiliki beberapa fitur yakni uang digital (Link aja) yang dapat digunakan untuk pembelian Produk Pertamina seperti Pertamina Turbo dan Pertamina Dex Lite, pembelian merchandise Pertamina, dan transaksi di official retail Pertamina: Bright Store. Eksistensi dari MyPertamina ini dapat memudahkan konsumen untuk membudayakan cashless society yang merupakan instruksi dari Bank Indonesia akan pentingnya masyarakat berbasis cashless society.

PT Pertamina (Persero) menjadi aktor utama dalam pengembangan minyak bumi, serta energi-energi terbarukan melalui beberapa anak-anak perusahaan seperti PT Pertamina Retail sebagai aktor utama yang berperan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam kegiatan pemasaran untuk minyak dan gas bumi di Indonesia

## **METODE PENELITIAN**

Metode pada penulisan artikel ini menggunakan metode studi kepustakaan. Penelitian kepustakaan atau library reasearch merupakan penelitian yang menggunakan telaah dan kajian kepustakaan atau konsep-konsep teoritis (Mardelis, 2004:28). Ini dilakukan dengan cara menganalisis konsep-konsep, referensi atau sumber yang berkaitan dengan gagasan dan permasalahan yang diangkat dalam tulisan. Selanjutnya hasil dari telaah terhadap konsep hasil bacaan dianalisis, diambil inti sarinya dan dilakukan proses reduksi hasil pengkajian referensi data dan mengkorelasikannya dengan gagasan dan konsep dari referensi.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### **Analisis Proses Difusi Inovasi pada My Pertamina**

Aplikasi di kalangan masyarakat sebagai sebuah inovasi memiliki sifat mudah tersebar ke masyarakat yang memungkinkan para pengguna internet untuk mendownload dan menggunakan melalui perangkat gawai yang dimiliki. Bagi para pemakai aplikasi, juga bisa memudahkan dalam mendapatkan layanan, mengontrol penggunaan kebutuhan, dan sebagainya. Tak terkecuali pada aplikasi MyPertamina ini.

Masyarakat sebagai penerima inovasi ini memiliki karakteristik beragam. Dan ini menjadi tantangan dalam mengenalkan pemakaian aplikasi supaya lebih massif. Belum lagi kondisi geografi yang memengaruhi keberadaan sinyal untuk bisa mengakses aplikasi ini.

Jika ditilik lagi, teknologi informasi memiliki peran dan fungsi. Peran teknologi informasi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja, melalui perancangan sistem yang bertujuan untuk peningkatan efektivitas pengguna.
2. Menghasilkan keunggulan strategis, kemajuan dalam penerapan manajerial dari teknologi informasi dan komputer menghasilkan keunggulan strategi (strategic advantage) bagi orang-orang yang melaksanakan kegiatan. Perkembangan teknologi informasi berbasis komputer merubah struktur organisasi, kondisi kerja manajerial dan rancangan pekerjaan.
3. Mengubah struktur organisasi, penggunaan komputer akan meningkat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Untuk itu seseorang manajer dituntut agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan organisasi yang kaya akan informasi sehingga pekerjaan dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Bukan hanya itu peningkatan pengendalian dan pertanggungjawaban, sebagai kelompok elektronik dari suatu jaringan kerja, pembuatan keputusan individual didasarkan pada database yang tersedia sehingga subjektivitas untuk mempengaruhi dinamika kelompok menjadi sangat sedikit. Proses kepemimpinan telah berubah karena hilangnya kekuasaan informasi dan pengaruh hubungan interpersonal manajer.
4. Menawarkan keunggulan kompetitif, adanya penurunan signifikan dalam biaya teknologi informasi dan peningkatan kekuatan serta kecepatan komputer yang lebih besar, sistem informasi yang bergerak sebagai aplikasi pendukung back office menuju pada suatu penawaran keunggulan kompetitif yang signifikan. (Kasemin, 2016)

Sedangkan fungsi dari teknologi informasi adalah sebagai berikut:

1. Penciptaan informasi, yang didapatkan dari proses input suatu data.
2. Penciptaan dan pemeliharaan saluran, sebagai alat yang dipakai untuk saluran komunikasi.
3. Seleksi dan transmisi informasi, memastikan bahwa bagaimanapun tingginya teknologiyang digunakan untuk menangani informasi, tidak semua orang dalam suatu organisasi memerlukan informasi yang sama untuk kegunaan yang sama.
4. Penerimaan informasi secara selektif, penerimaan informasi secara selektif dilakukan dengan perantara mesin-mesin.

5. Penyimpanan informasi untuk diambil kembali, pengurangan space yang luas dan besar, karena fungsi teknologi sebagai penyimpanan yang dapat diambil kembali.
6. Penilaian kritis dan sistem feedback, untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan dan meningkatkan kesadaran semua pihak tentang pentingnya informasi (Kasemin, 2016). Melihat peran dan fungsi dari perkembangan teknologi seorang manusia tidak mungkin bisa menghindari perkembangan teknologi untuk melanjutkan kehidupan. Justru dengan adanya perkembangan teknologi manusia akan mendapatkan kemudahan dalam menjalani kehidupan melalui inovasi yang ditimbulkan oleh teknologi.

Teori Difusi Inovasi dapat dianggap sebagai salah satu teori awal yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi inovasi atau teknologi baru. Ini bila merujuk Teori Difusi Inovasi (Rogers 1983). Karakteristik dari teori tersebut di antaranya:

1. Relative Advantage (Keuntungan relatif), di mana inovasi dapat memberikan keuntungan lebih bila dibandingkan dengan inovasi sebelumnya.
2. Compatibility (Keseserasian), inovasi dapat diterima jika dianggap sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada.
3. Complexity (Kerumitan), inovasi yang dikenalkan jika semakin mudah dalam penggunaannya, maka semakin mudah pula inovasi tersebut diterima oleh masyarakat.
4. Triability (Dapat diuji coba), apakah masyarakat bisa mencoba suatu inovasi terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya.
5. Observability (Dapat diobservasi), semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, maka semakin besar pula inovasi tersebut diterima oleh masyarakat.

Secara pengertiannya, teori Difusi Inovasi menurut Rogers (1961), dalam Mukarom (2021: 203), "as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system." Artinya, teori difusi inovasi pada dasarnya hendak menjelaskan bagaimana proses suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota masyarakat dari sistem sosial.

Difusi Inovasi merupakan sebuah teori yang berkembang dari pemikiran seorang ilmuwan Prancis, Gabriel Tarde. Tarde menjelaskan, seorang atau sekelompok orang yang akan mengadopsi sebuah inovasi yang dilihat dari dimensi waktu. Pemikiran Tarde tersebut kemudian dikembangkan oleh Everett Rogers dalam bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovation* (1962) dan sampai sekarang Roger dikenal sebagai tokoh sentral dari teori difusi inovasi.

Difusi Inovasi merupakan gabungan dari dua kata yaitu difusi dan inovasi. Difusi adalah suatu proses penyebaran informasi baik berupa budaya, kebiasaan, ide atau gagasan yang dianggap baru pada suatu kelompok dalam sistem sosial. Inovasi adalah ide, gagasan, produk, ataupun cara baru oleh suatu individu atau kelompok, masyarakat, yang kemudian dapat diterima.

Detailnya, difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau diistilahkan Rogers, difusi terkait "which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters."

## **B. My Pertamina**

Melihat perkembangan E-Commerce yang semakin pesat, PT Pertamina Retail memutuskan memanfaatkan karakter masyarakat Indonesia yang cukup IT Oriented untuk peningkatan pendapatan Perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh PT Pertamina Retail adalah MyPertamina.

Aplikasi MyPertamina merupakan sebuah aplikasi berbasis smartphone dan uang digital yang diberikan kepada konsumen setia Pertamina sebagai bentuk loyalitas konsumen kepada Pertamina. My- Pertamina memiliki beberapa fitur yakni uang digital (Link aja) yang dapat digunakan untuk pembelian Produk Pertamina seperti Pertamina Turbo dan Pertamina Dex Lite, pembelian merchandise Pertamina, dan transaksi di official retail Pertamina: Bright Store. Eksistensi dari MyPertamina ini dapat memudahkan konsumen untuk membudayakan cashless society yang merupakan instruksi dari Bank Indonesia akan pentingnya masyarakat berbasis cashless society.

PT Pertamina (Persero) menjadi aktor utama dalam pengembangan minyak bumi, serta energi-energi terbarukan melalui beberapa anak-anak perusahaan seperti PT Pertamina Retail sebagai aktor utama yang berperan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam kegiatan pemasaran untuk minyak dan gas bumi di Indonesia

## **C. Fakta Mengenai Aplikasi My Pertamina Beberapa fakta mengenai aplikasi My Pertamina**

Seperti dari laman resmi mypertamina.id, MyPertamina hadir sebagai bentuk apresiasi kepada seluruh pelanggan setia produk PT. Pertamina Patra Niaga yang bekerja sama dengan LinkAja! dalam mendukung sistem pembayaran agar mempermudah pelanggan saat bertransaksi. MyPertamina adalah aplikasi yang mudah diakses dengan banyak keuntungan serta sarana pelanggan untuk mendapatkan point yang dapat ditukarkan dengan berbagai macam rewards melalui aplikasi MyPertamina.

Fakta-fakta mengenai My Pertamina bisa dijabarkan dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Aplikasi My Pertamina sedang hangat diperbincangkan karena Pemerintah mewajibkan memakai aplikasi tersebut jika ingin mendapatkan bensin subsidi.
2. Alasan Pemerintah mewajibkan pemakaian aplikasi My Pertamina adalah agar bensin subsidi dapat di track dan tepat sasaran.
3. Pemerintah menyampaikan peraturan ini menggunakan media massa dan internet dan sudah dilakukan uji coba sebelumnya.
4. Terdapat kontra dalam pemakaian aplikasi ini :
  - a. Tidak semua wilayah di Indonesia mendapatkan signal yang kuat.
  - b. Tidak semua masyarakat Indonesia memakai ponsel pintar dan mengerti cara memakainya.
  - c. Aplikasi terlalu sering terjadi crash.
  - d. Membuat antrian di pom bensin semakin lama dan semakin panjang.
  - e. Uji coba memang sudah di lakukan namun hasilnya pun banyak yang berdampak negatif atau merugikan. Entah apa pertimbangan pemerintah tetap melanjutkan peraturan ini.
  - f. Angkat peraturan tidak boleh memakai HP di dalam lingkungan pom bensin.

- g. Pemerintah menganggap semua yang memiliki mobil adalah orang yang mampu. Padahal faktanya tidak selalu seperti itu, bisa jadi mereka mempunyai mobil sebagai penunjang pekerjaannya. Seperti sopir Gocar dll.

#### **D. Analisis Difusi Inovasi Pada My Pertamina**

Kehadiran aplikasi My Pertamina, jika dihubungkan dengan Teori Difusi Inovasi (Rogers 1983) sangat relevan. Ini jika dilihat dari beberapa aspek ini:

1. Relative advantage : kehadiran aplikasi My Pertamina memudahkan bertransaksi secara digital.
2. Compatibility : inovasi ini sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang serba digital dan dikendalikan melalui ponsel.
3. Complexity : Inovasi yang dikenalkan My Pertamina mudah digunakan banyak orang, diharapkan semakin mudah pula inovasi tersebut diterima oleh masyarakat.
4. Triability : Masyarakat sudah bisa mencoba aplikasi My Pertamina yang kemudian digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti pengisian BBM.
5. Observability ; My Pertamina dapat diobservasi dan masyarakat sebagai pengguna dapat mengomentari dan merespons melalui Playstore dan sebagainya dalam hal kepuasan pemakaian aplikasi ini.

Model adopsi teknologi dan teori difusi inovasi dianggap sebagai model yang sesuai untuk memprediksi minat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Namun, model adopsi teknologi sering digunakan dalam studi adopsi layanan seluler karena kemudahan penerapan dan kesederhanaannya (Chong et al. 2012; Venkatesh & Davis 2000; Zampou et al. 2012). Selain itu, model adopsi teknologi dapat dimodifikasi untuk memasukkan konstruksi tambahan untuk meningkatkan kekuatan prediktifnya. Berbagai versi tambahan dari teknologi adopsi teknologi telah digunakan untuk menyelidiki adopsi teknologi informasi secara umum (Chen & Teng 2013) dalam Juniarti (2019).

#### **E. Model Proses Difusi Inovasi Everet M. Rogers dan Hubungannya dengan MyPertamina**

Secara pengertiannya, teori Difusi Inovasi menurut Rogers (1961), dalam Mukarom (2021: 203), “as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.” Artinya, teori difusi inovasi pada dasarnya hendak menjelaskan bagaimana proses suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota masyarakat dari sistem sosial. Detailnya, difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau diistilahkan Rogers, difusi terkait “which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters.”

Penyebaran ide atau gagasan baru melalui saluran-saluran komunikasi dipastikan memantik reaksi beragam dari masyarakat. Pada prinsipnya, masyarakat tidak dilihat sebagai penerima informasi yang pasif, tetapi juga sebagai partisipan utama dalam pembangunan dan komunikasi, sebagaimana kebudayaan dan pengetahuan lokal dihargai sebagai bagian dari pembangunan (Servaes, 1999). Berikut adalah model proses Difusi Inovasi Everet M. Rogers:

Terdapat 5 tahapan terjadinya difusi yaitu: awareness, interest, evaluation, trial, dan adoption. Dari tahapan tersebut pada akhirnya telah memengaruhi setiap individu atau organisasi untuk mengadopsi inovasi yang ada.

1. Munculnya Pengetahuan (Knowledge), ketika individu atau unit pengambil keputusan lain diarahkan untuk memahami eksistensi dan keuntungan/manfaat dan bagaimana suatu inovasi berfungsi. Pada tahap ini bisa dikaitkan dengan pengetahuan yang berkembang menyebabkan keberadaan perangkat teknologi terus bermunculan. Dari sinilah ide untuk menghadirkan aplikasi MyPertamina muncul. Ide ini bermula seperti yang dijelaskan Irto Ginting, Corporate Secretary Pertamina Patra Niaga seperti tertulis pada salah satu kutipan resmi situs MyPertamina.

“Pada masa pendaftaran dan transisi ini, masyarakat masih tetap bisa membeli Peralite dan Solar, namun kami tetap mendorong masyarakat agar mendaftarkan kendaraan dan identitasnya.”

2. Persuasi (Persuasion), ketika individu atau unit pengambil keputusan lain membentuk sikap baik atau tidak baik. Pada tahap ini, Pemerintah membujuk masyarakat untuk menggunakan aplikasi ini supaya bisa mengendalikan penyaluran BBM bersubsidi supaya tepat sasaran. Pendaftaran pada aplikasi ini membatasi masyarakat dalam hal penggunaan BBM bersubsidi serta siapa saja yang berhak menikmati fasilitas ini. Dan ini dianggap jauh lebih mudah dalam hal pengawasan jika menggunakan aplikasi khusus yakni MyPertamina.

3. Keputusan (Decisions), ketika individu atau unit pengambil keputusan lain terlibat dalam aktivitas yang mengarah pada pemilihan adopsi atau negasi sebuah inovasi. Pada tahap ini, saat kebijakan pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi dengan menggunakan aplikasi digital MyPertamina diterapkan namun dikritisi pengamat energi dan lembaga konsumen karena bakal merugikan kelompok masyarakat miskin sebagai pihak yang berhak menerima subsidi. Sebab mayoritas masyarakat miskin masih banyak yang tidak memiliki ponsel pintar alias 'smartphone'.

Ini menjadi alasan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia menyarankan pemerintah agar penggunaan aplikasi hanya untuk pendataan, bukan pembelian. Direktur Utama Pertamina Patra Niaga, Alfian Nasution, mengatakan penggunaan aplikasi My Pertamina untuk pembelian BBM bersubsidi ditujukan agar penyaluran subsidi tepat sasaran.

Belum lagi, saat awal kemunculan aplikasi ini dan pada permulaan kebijakan diterapkan, terkesan masih baru dan asing, banyak masyarakat tidak paham mengenai aturan terbaru ini untuk mendapatkan bensin sehari-hari.

4. Implementasi (Implementation), ketika individu atau unit pengambil keputusan lain menetapkan penggunaan suatu inovasi. Pada tahap ini, saat kebijakan ini diterapkan, dari sisi teknis, sejumlah kekhawatiran memang perlu diantisipasi. Tapi mengenai ide besar bahwa subsidi harus menggunakan distribusi tertutup tetap harus didukung.

5. Konfirmasi (Confirmation), ketika individu atau unit pengambil keputusan lain mencari penguatan terhadap keputusan penerimaan atau penolangan. Pada tahap ini, meski timbul prokontra namun kebijakan ini tetap diterapkan. PT Pertamina (Persero) mewajibkan pengguna bensin Peralite dan Solar Subsidi untuk mendaftarkan kendaraannya pada website MyPertamina mulai 1 Juli 2022. Ini

dilakukan supaya konsumsi Jenis BBM Penugasan (JBKP) dan BBM Subsidi lebih tepat sasaran.

Kebijakan ini tetap diberlakukan karena anggaran subsidi untuk BBM terus mengalami pembengkakan. Pada 2022, pemerintah menggelontorkan sebanyak Rp 502 triliun untuk subsidi BBM. Anggaran itu dikeluarkan pemerintah di tengah upaya menjaga daya beli masyarakat dengan tidak menaikkan harga BBM khususnya Pertalite yang saat ini masih Rp 7.650 per liter. Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mencatat, bahwa konsumsi Pertalite dinikmati oleh masyarakat mampu.

Untuk memastikan implementasinya dapat dilakukan dengan lancar, sebelumnya dijelaskan tahapan-tahapan pendaftaran yang dianggap tidaklah susah. Masyarakat dapat mengakses website [subsidi tepat.mypertamina](http://subsidi tepat.mypertamina) dan siapkan dokumen yang dibutuhkan antara lain KTP, STNK kendaraan, foto kendaraan, alamat email, dan dokumen lain sebagai pendukung. Jika seluruh syarat telah dipenuhi, masyarakat untuk melakukan konfirmasi 'daftar sekarang'.

Data yang sudah didaftarkan akan diverifikasi atau dicocokkan dengan kesesuaian persyaratan. Jika semua terpenuhi maksimal 7 hari kerja, maka pengguna tersebut akan dinyatakan terdaftar dan menerima QR Code melalui email, atau melalui notifikasi di website. Jika menerima notifikasi adanya kekurangan atau ketidakcocokan dokumen, masyarakat bisa mencoba kembali melakukan pengisian data kendaraan dan identitasnya sesuai rekomendasi kekurangan yang ada.

Untuk kemudahan dan mengantisipasi kendala di lapangan, selain diakses dengan aplikasi MyPertamina, QR Code yang diterima juga bisa diprint out dan dibawa fisiknya ke SPBU ketika ingin melakukan pengisian Pertalite dan Solar. QR Code tersebut kemudian akan dicocokkan datanya oleh operator SPBU.

Masyarakat dihimbau tidak perlu khawatir karena tahapannya dianggap sangat mudah. Yang terpenting memastikan sudah daftar dan memastikan datanya sudah terkonfirmasi. Jika sudah menerima QR Code, maka transaksi akan berjalan seperti biasa.

Saat itu, rencana lokasi awal yang akan di roll out antara lain adalah Kota Padang Panjang, Kabupaten Agam, Kabupaten Tanah Datar, Kota Bandung, Kota Sukabumi, Kota Tasikmalaya, Kabupaten Ciamis, Kota Banjarmasin, Kota Yogyakarta, dan Manado. Untuk kota lain pendaftaran akan dilakukan secara kontinyu memastikan kesiapan infrastruktur dan sistem, sekaligus untuk mengakomodir kendaraan baru yang dibeli masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan E-commerce yang semakin pesat mendorong Pertamina membuat inovasi berupa aplikasi MyPertamina. Aplikasi MyPertamina merupakan sebuah aplikasi berbasis smartphone dan uang digital yang diberikan kepada konsumen setia Pertamina sebagai bentuk loyalitas konsumen kepada Pertamina. My- Pertamina memiliki beberapa fitur yakni uang digital (Link aja) yang dapat digunakan untuk pembelian Produk Pertamina seperti Pertamina Turbo dan Pertamina Dex Lite, pembelian merchandise Pertamina, dan transaksi di official retail Pertamina: Bright Store. Eksistensi dari MyPertamina ini dapat memudahkan konsumen untuk membudayakan cashless society yang merupakan instruksi dari Bank Indonesia akan pentingnya masyarakat berbasis cashless society.

Sebagai sebuah inovasi, penggunaan aplikasi MyPertamina memiliki beberapa kendala baik pada ketersediaan sinyal pada handphone pengguna, efisiensi waktu, dan kemampuan masyarakat untuk menyerap teknologi baru yang belum seluruhnya mampu dengan cepat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arafat, Nida & Muhamad Zen. 2019. Difusi Inovasi Penggunaan Aplikasi Dakwah: Studi Fenomenologi pada Pengguna Aplikasi Yaumi di Pesantren Luhur Sabilussalam Ciputat. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 23 (2), 2019, 36-47.
- Houston, Dian Dinata . Adopsi Penerimaan Digital Payment pada Kalangan Milenial. *Jurnal Medium - Volume 7 Nomor 2* ISSN: 2303-0194.
- Kartikawati, Dwi. 2018. Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja Universitas Nasional. *Ekspresi dan Persepsi, Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 1 Nomor 1. Juli – Desember.
- Latief, Prori Vitaliano. Rizal Syarief & Rokhani Hasbullah. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas. *Manajemen IKM*, Februari 2019 (24-34) Vol. 14 No. 1 ISSN 2085-8418; EISSN 2622-9250.
- Mardelis. 2004. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mardikanto, T dan Sutarni S. 1982. *Pengantar Penyuluhan Pertanian dalam Teori dan Praktek*. Surakarta: Hapsara
- Rogers, Everett M., D. Lawrence Kincaid. 1981. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press.
- Rogers, E.M. dan Shoemaker, F.F.1971. *Communication of Innovations*. London: The Free Pres.
- Sutjipto, Aldila Maharani& Janette Maria Pinariya. 2019. Pengenalan Vaksinasi HPV oleh Koalisi Indonesia Cegah Kanker Serviks dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Wacana*. Volume 18 No. 2. (hlm. 203 – 214).
- Simohartono, Kevinezra. Rezi Erdiansyah & Sudarto. 2020. Pengaruh Peer Group Terhadap Adopsi Inovasi Aplikasi Tiktok. *Koneksi EISSN 2958 – 0785* Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, Hal 195 – 199.
- Veithzal Rivai. (2007). *Bank and Financial Institute Management*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Website:

- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220630103037-4-351699/alasan-pertamina-wajibkan-beli-bbm-daftar-mypertamina>
- <https://www.kompas.tv/article/303896/hal-penting-penerapan-aplikasi-mypertamina-untuk-beli-pertalite-menurut-dewan-energi-nasional?page=all>
- <https://www.kompasiana.com/greg.nafanu/62a039ad2154ae4b6c672662/tiga-kontra-dibalik-penggunaan-aplikasi-mypertamina>
- <https://www.orami.co.id/magazine/cara-daftar-subsidi-tepat-mypertamina>
- <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-61980519>
- <https://mypertamina.id/about-us>