

Nama : Dwiantara Pradya Wiguna  
NIM : 44319120002  
Program Studi : Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Judul : Implikasi Penerapan Sales Promotion Aplikasi “*My Pertamina*” dalam meningkatkan jumlah pengguna pada masa Covid 19 (Studi Kasus Periode Oktober – Desember 2021)  
Pembimbing : Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si

## ABSTRAK

Komunikasi pemasaran saat ini dapat diwujudkan dengan media yang lebih ringkas dan cepat seperti media social. Pada dasarnya aspek penting kegiatan pemasaran melalui *online* (media social) maupun media *offline* (media cetak) terletak pada keberhasilan menarik perhatian orang agar terikat (*engaged*) dengan konten yang disajikan, khususnya pada media iklan disajikan lebih menarik dan tentunya mudah untuk dibaca oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengathui strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Pertamina Patra Niaga sehingga konsumen yang menggunakan “*My Pertamina*” pada saat transaksi lebih meningkat lagi.

Penelitian ini menggunakan paradigma post – positivisme. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dan Teknik analisis data induktif. Adapun teknik pengumpulan data pada data primet melalui wawancara mendalam dan observasi, serta pengumpulan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan berupa buku dan rujukan penelitian yang relevan, internet, dokumentasi, serta meninjau langsung ke lapangan. Selain itu, teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber data.

Proses pemasaran materi promosi Pertamina memiliki beberapa cara, seperti (1) menayangkan iklan pada media social milik Pertamina dan melakukan pemasangan iklan cetak pada SPBU (2) pemberian apresiasi kepada masyarakat berupa voucher dan hadiah kecil.

Hasil penelitian didapatkan bahwa banyak masyarakat yang tertarik dengan promosi yang berhadiah, terutama hadiah voucher bahan bakar. Selain itu konsumen juga senang dengan penukaran poin yang bisa dilakukan di dalam aplikasi “*My Pertamina*”. Penukaran poin yang tersedia di antaranya Voucher potongan “*My Pertamina*” untuk pengisian bahan bakar, Voucher belanja Bright Store, Voucher partnership, dan merchandise resmi dari Pertamina.

Selain itu terdapat beberapa hambatan selama proses penyebaran materi promosi, yaitu kendala teknis dan non teknis. Kendala teknis yang sering terjadi adalah jaringan internet dan rusaknya mesin produksi. Sedangkan untuk hambatan non teknis adalah perbedaan pendapat yang sering terjadi ketika diskusi dan panjangnya birokrasi untuk proses *approval* materi promosi.

**Kata Kunci : Sales Promotion, Promosi, “*My Pertamina*”, Transaksi, Voucher.**

Name : Dwiantara Pradya Wiguna  
NIM : 44319120002  
Study Program : Field of Study Advertising and Marketing Communication  
Title : Implications of the Application Sales Promotion Application "My Pertamina" in increasing the number of users during the Covid 19 period (Case Study for the Period of October - December 2021)  
Counsellor : Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si

## ABSTRACT

Nowdays marketing communications can be realized with more concise and faster media such as social media. Basically an important aspect of marketing activities through online (social media) and offline media (print media) lies in the success of attracting people's attention so that they are engaged (engaged) with the content presented, especially in advertising media which are presented more attractively and of course easy for the public to read. Based on this background, the purpose of this research is to find out the marketing strategy carried out by PT Pertamina Patra Niaga so that consumers who use "My Pertamina" during transactions increase even more.

This study uses a post-positivism paradigm. The research approach used is a qualitative approach with qualitative descriptive methods and inductive data analysis techniques. As for the data collection technique on primary data through in-depth interviews and observation, as well as secondary data collection in the form of literature studies in the form of books and relevant research references, the internet, documentation, and direct visits to the field. In addition, the data validity checking technique used is triangulation of data sources.

The process of marketing Pertamina's promotional materials has several ways, such as (1) displaying advertisements on Pertamina's social media and placing print advertisements at gas stations (2) giving appreciation to the public in the form of vouchers and small gifts.

The results of the study found that many people were interested in promotions with prizes, especially fuel voucher prizes. In addition, consumers are also happy with the exchange of points that can be done in the "My Pertamina" application. Available point exchanges include "My Pertamina" discount vouchers for refueling, Bright Store shopping vouchers, partnership vouchers, and official merchandise from Pertamina.

In addition, there were several obstacles during the process of distributing promotional materials, namely technical and non-technical obstacles. Technical problems that often occur are the internet network and production machine breakdown. As for non-technical obstacles, there are differences of opinion that often occur during discussions and lengthy bureaucracy for the approval process for promotional materials.

**Key Word : Sales Promotion, Promotion, "My Pertamina", Transaction, Voucher.**