

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital dalam tahun 2024 sampai dengan 2025 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan di sektor ekonomi digital, terutama pada sistem pembayaran dan layanan publik. Menurut Statista (2025), total nilai transaksi pada pasar pembayaran digital di tingkat dunia mencapai \$24,07 triliun pada tahun 2025. Angka ini diproyeksikan terus meningkat dengan laju pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR 2025–2030) sebesar 8,44 persen, sehingga pada tahun 2030 nilai transaksi tersebut diperkirakan menembus \$36,09 triliun. Selain itu, jumlah pengguna aktif layanan pembayaran digital global juga diproyeksikan bertambah hingga 3,81 miliar pengguna pada tahun 2030 (Statista, 2025).

Tabel 1.1 Penjualan Ritel Global (US\$ Triliun)

Penjualan Ritel Global (US\$ triliun)			
Tahun	Online Ritel (US\$ T)	Offline Ritel (US\$ T)	Total Ritel (US\$ T)
2014	1,3	16,2	17,5
2015	1,48	16,40	18
2016	1,7	16,6	18,52
2017	1,95	16,81	19,05
2018	2,23	17,01	19,60
2019	2,55	17,22	20,17
2020	2,93	17,44	20,75
2021	3,35	17,65	21,35
2022	3,84	17,87	21,96
2023	4,4	18,1	22,6
2024	4,80	18,80	23,70
2025	5,23	19,53	24,86

2026	5,71	20,29	26,08
2027	6,23	21,08	27,36
2028	6,8	21,9	28,7

Sumber: Forrester Report (2024)

Miglani et al. (2024) dalam Forrester Report, melaporkan bahwa nilai penjualan ritel online global mengalami peningkatan signifikan dari \$1,3 triliun pada tahun 2014 menjadi \$4,4 triliun pada tahun 2023. Pada tahun yang sama, transaksi melalui platform digital menyumbang sekitar 20 persen dari total penjualan ritel global, atau hampir tiga kali lipat dibandingkan proporsi pada tahun 2014. Proyeksi menunjukkan bahwa pada tahun 2028, nilai penjualan ritel daring global diperkirakan akan mencapai \$6,8 triliun. Meskipun demikian, toko fisik masih akan menjadi kontributor utama, dengan nilai transaksi sekitar \$21,9 triliun dari total penjualan ritel global sebesar \$28,7 triliun yang masih dilakukan secara luring (Miglani et al., 2024 dalam Forrester Report).

Perkembangan ekonomi global yang semakin tergantung pada proses digitalisasi menegaskan peran penting penerapan teknologi dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna. Dalam konteks tersebut, memahami berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan terhadap teknologi menjadi hal yang krusial. Dua faktor utama yang berperan adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived Usefulness*), sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989).

Pada Gambar 1.2 ditampilkan perkembangan transformasi digital di Indonesia yang tercermin dari peningkatan signifikan pada aktivitas transaksi di digital. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh DataIndonesia (2025) dengan sumber dari

Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 279,46 triliun pada Juli 2025, meningkat sebesar 3,99 persen dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang tercatat sebesar Rp 268,74 triliun. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin percaya terhadap keandalan dan keamanan sistem pembayaran berbasis digital, sehingga menandai kemajuan nyata dalam proses transformasi digital.

Tabel 1.2 Nilai dan Pertumbuhan Transaksi Uang Elektronik

Periode (Bulan)	Nilai Transaksi	Pertumbuhan (%)
Aug-24	220,88	3,181%
Sep-24	217,81	-1,390%
Oct-24	224,24	2,952%
Nov-24	213,37	-4,847%
Dec-24	245,62	15,115%
Jan-25	236,03	-3,904%
Feb-25	226,15	-4,186%
Mar-25	277,24	22,591%
Apr-25	243,03	-12,339%
May-25	269,44	10,867%
Jun-25	268,74	-0,260%
Jul-25	279,46	3,989%

Sumber: DataIndonesia (2025)

Fenomena pertumbuhan digital tersebut semakin kuat di wilayah Daerah Khusus Jakarta, yang merupakan tidak hanya berstatus sebagai ibu kota pertama Indonesia, tetapi juga berperan penting dalam menggerakkan aktivitas perekonomian, politik, dan kebudayaan di tingkat nasional (Kompaspedia, 2025). Berdasarkan laporan Katadata (2025), Daerah Khusus Jakarta menjadi provinsi dengan persentase rumah tangga tertinggi yang memiliki uang elektronik, yaitu 71,68 persen. Selain itu, data Interactive

QRIS (2025) mencatat peningkatan signifikan di Daerah Khusus Jakarta pada Mei 2025 jumlah transaksi mencapai 907 juta transaksi, meningkat 166 persen dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini memperlihatkan tingginya tingkat penerimaan masyarakat terhadap pembayaran digital di wilayah.

Tabel 1.3 Penetrasi Internet Tertinggi Tahun 2024

Provinsi	Penetrasi
Kepulauan Riau	89,26%
Jakarta	87,84%
Kalimantan Timur	84,44%
DI Yogyakarta	80,10%
Riau	77,68%
Bali	77,56%
Kalimantan Utara	77,44%
Jawa Barat	76,62%
Kepulauan Bangka Belitung	76,06%
Kalimantan Tengah	75,23%

Sumber: GoodStats (2025)

Tingginya aktivitas digital tersebut diperkuat oleh ketersediaan infrastruktur yang memadai dan tingkat literasi teknologi yang semakin baik. Menurut GoodStats (2025), tingkat penetrasi internet di Daerah Khusus Jakarta mencapai 87,84 persen, menempatkannya sebagai provinsi dengan penetrasi internet tertinggi kedua di Indonesia. Badan Pusat Statistik (2025) juga mencatat bahwa Daerah Khusus Jakarta menduduki peringkat kedua dalam hal kepemilikan dan penguasaan telepon seluler sebesar 83,43 persen, yang menunjukkan bahwa hampir seluruh penduduknya

memiliki perangkat untuk mengakses layanan digital. Dengan kondisi tersebut, masyarakat Daerah Khusus Jakarta memiliki kesiapan tinggi dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk dalam layanan publik dan sistem pembayaran non-tunai.

Kesiapan infrastruktur teknologi informasi yang memadai serta budaya digital yang telah terbentuk menjadikan Provinsi Jakarta sebagai wilayah yang strategis dalam pengembangan maupun kajian terhadap sistem layanan berbasis aplikasi. Salah satu bentuk implementasi nyata dari transformasi digital pada sektor energi di Indonesia adalah melalui implementasi aplikasi MyPertamina, yang dikembangkan oleh PT Pertamina (Persero) melalui anak perusahaannya, Pertamina Patra Niaga. Aplikasi tersebut berfungsi sebagai platform pembayaran nontunai dalam pembelian bahan bakar minyak (BBM), sekaligus menjadi sarana untuk memantau distribusi BBM bersubsidi serta menjalankan program loyalitas pengguna berbasis poin, hingga pemesanan LPG. Melalui inovasi digital ini, Pertamina berupaya meningkatkan transparansi, efisiensi operasional, serta akuntabilitas dalam sistem distribusi energi nasional. Di sisi lain, digitalisasi layanan ini juga ditujukan untuk memberikan pengalaman transaksi yang lebih modern, praktis, dan bernilai tambah bagi konsumen di era ekonomi digital saat ini.

Kebijakan penerapan aplikasi MyPertamina merupakan bagian dari strategi pemerintah dalam memastikan bahwa penyaluran BBM bersubsidi dapat dilakukan secara tepat sasaran. Melalui mekanisme pendaftaran digital, Pertamina berupaya menyalurkan jenis BBM tertentu, seperti Solar subsidi dan Peralite, agar hanya diterima oleh masyarakat yang berhak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

Kebijakan ini berlandaskan pada Peraturan Presiden Nomor 191 Tahun 2014 tentang Penyediaan, Pendistribusian, dan Harga Jual Eceran BBM, serta Surat Keputusan BPH Migas Nomor 04/P3JBT/BPH/MIGAS/KOM/2020 mengenai Pengendalian Penyaluran Jenis BBM Tertentu. Selain itu, penerapan sistem digital melalui MyPertamina juga mengacu pada Peraturan BPH Migas Nomor 06 Tahun 2013 tentang Penggunaan Sistem Teknologi Informasi dalam Penyaluran Bahan Bakar Minyak, yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam proses distribusi energi nasional.

Meskipun kebijakan tersebut telah diatur secara jelas, penerapannya di lapangan masih menghadapi sejumlah kendala. Proses registrasi dan verifikasi data kendaraan melalui aplikasi MyPertamina sering kali memperlambat akses pembelian BBM bersubsidi dan menimbulkan antrean di SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum). Hal ini menunjukkan bahwa tujuan digitalisasi untuk meningkatkan ketepatan sasaran dan efisiensi pelayanan belum sepenuhnya tercapai. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut untuk menilai sejauh mana kebijakan digitalisasi penyaluran BBM ini telah mencerminkan prinsip keadilan dan kemanfaatan yang diatur dalam regulasi pemerintah.

Berdasarkan laporan RRI (2025), banyak pengguna mengeluhkan kesulitan dalam proses registrasi dan transaksi melalui aplikasi, terutama bagi masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi berbasis aplikasi. Proses verifikasi data kendaraan dan identitas yang memerlukan waktu lama seringkali menyebabkan antrean panjang di SPBU, sehingga menimbulkan persepsi bahwa sistem baru ini justru menambah

kerumitan dibandingkan transaksi konvensional (RRI, 2025). TribunMakassar (2024) juga melaporkan bahwa sebagian pengguna menilai MyPertamina masih rumit dan tidak praktis, khususnya pada tahap registrasi dan verifikasi data. Kondisi ini berdampak pada menurunnya persepsi kemudahan penggunaan aplikasi di kalangan masyarakat.

Di sisi lain, dari segi adopsi pengguna, Pertamina Patra Niaga mencatat perkembangan positif dalam jumlah pengguna dan transaksi. Berdasarkan MetrotvNews (2025), dalam periode 1 Juli -31 Agustus 2025, tercatat jutaan transaksi dengan lebih dari 1,1 juta. Selain itu, AntaraNews (2025) melaporkan bahwa aplikasi ini telah memiliki 2,5 juta pengguna aktif dengan target mencapai 16 juta transaksi digital pada akhir tahun 2025. Hal tersebut menunjukkan meningkatnya tingkat penerimaan masyarakat terhadap layanan digital perusahaan energi nasional tersebut. Pertumbuhan transaksi juga didukung oleh pengembangan berbagai fitur seperti pencarian SPBU terdekat, pembayaran digital, poin loyalitas, perencanaan perjalanan, hingga pemesanan LPG (AntaraNews, 2025). Namun, peningkatan penerimaan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan peningkatan kepuasan pengguna, mengingat masih banyak keluhan yang ditemukan terhadap kinerja aplikasi.

Berdasarkan hasil pengumpulan data sekunder dari ulasan pengguna di *App Store* maupun *Play Store* periode Juli – Desember 2025, ditemukan berbagai bentuk keluhan yang menggambarkan kendala penggunaan aplikasi di lapangan. Data ini berfungsi untuk memberikan gambaran nyata mengenai aspek – aspek layanan digital yang masih

belum optimal dari sudut pandang pengguna. Adapun jenis dan jumlah keluhan pengguna terhadap aplikasi MyPertamina disajikan secara rinci pada Tabel 1.4 berikut.

**Tabel 1.4 Keluhan Pengguna MyPertamina
Periode Juli – 9 Desember 2025**

Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
Registrasi	41
Transaksi	32
Verifikasi Data	18
Pembelian BBM Subsidi	8
Informasi & Komunikasi	12
Fitur LPG	2
Fitur Poin	8
Bug	33
Antrian	4

Sumber: *App Store* (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 1.4, diketahui jenis keluhan dengan jumlah tertinggi yaitu aspek registrasi dengan total 41 laporan, diikuti oleh bug sistem sebanyak 33 laporan, dan transaksi sebanyak 32 laporan. Tingginya keluhan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna mengalami kesulitan pada tahap awal penggunaan aplikasi dan proses teknis transaksi digital. Testimoni pengguna yang menggambarkan bentuk keluhan tersebut dapat dilihat pada Lampiran 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dalam penggunaan aplikasi MyPertamina masih belum tercapai secara maksimal. Prosedur registrasi dan verifikasi data yang kompleks serta adanya gangguan teknis pada saat transaksi membuat pengguna menilai bahwa aplikasi ini belum sepenuhnya praktis dan masih membutuhkan upaya yang cukup besar dibandingkan dengan sistem konvensional.

Selain itu, berbagai permasalahan juga ditemukan pada sisi fungsionalitas aplikasi yang berpengaruh terhadap nilai kebermanfaatannya bagi pengguna. Sejumlah pengguna melaporkan terjadinya gangguan sistem serta kesulitan saat bertransaksi, yang mengindikasikan bahwa performa aplikasi belum sepenuhnya mendukung efektivitas layanan digital yang diharapkan. Aplikasi yang seharusnya berfungsi mempercepat dan mempermudah proses pembelian justru masih memunculkan hambatan teknis, seperti kesalahan pemrosesan data dan keterlambatan transaksi.

Di sisi lain, fitur tambahan seperti pemesanan LPG dan program poin loyalitas yang dirancang untuk meningkatkan nilai guna aplikasi juga belum berjalan optimal. Proses verifikasi yang berulang dan respons sistem yang lambat menunjukkan bahwa manfaat dari inovasi layanan tersebut belum dirasakan sepenuhnya. Dengan demikian, meskipun MyPertamina terus mengalami perkembangan dari sisi penggunaan dan fitur, efektivitasnya dalam memberikan kemudahan dan nilai tambah bagi pengguna masih perlu ditingkatkan.

Dari sisi kepuasan pengguna, terdapat kesenjangan antara peningkatan jumlah pengguna dan tingkat kepuasan aktual. Merdeka (2025) mencatat bahwa nilai kepuasan pengguna MyPertamina secara internal meningkat dari 4,22 pada tahun 2023 menjadi 4,29 pada tahun 2024, yang menunjukkan bahwa pengguna kini semakin merasakan dampak positif dan nilai nyata dari upaya transformasi digital yang telah dijalankan oleh Pertamina Patra Niaga. Namun, penilaian publik melalui App Store dan Play Store menunjukkan hasil berbeda, di mana rating aplikasi hanya mencapai 2,7 dari 5.

Secara umum, tanggapan negatif tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan pengembangan aplikasi dengan pengalaman nyata pengguna di lapangan. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun Pertamina telah melakukan transformasi digital melalui aplikasi MyPertamina, tingkat kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan masih menjadi faktor krusial yang memengaruhi kepuasan serta loyalitas pengguna. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi transformasi digital tidak hanya tergantung pada ketersediaan fitur teknologi, tetapi juga pada sejauh mana sistem tersebut mampu memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna secara praktis.

Dalam konteks perilaku konsumen digital, kepuasan muncul ketika harapan awal pengguna terhadap sistem sesuai dengan pengalaman aktual yang diperoleh. Konsep ini dijelaskan dalam *Expectation Confirmation Model* (ECM) oleh Bhattacharjee (2001), yang menegaskan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh konfirmasi antara ekspektasi awal dan persepsi manfaat setelah penggunaan. Dalam aplikasi MyPertamina, teori ini relevan untuk menjelaskan fenomena kesenjangan antara harapan dan pengalaman pengguna di lapangan. Banyak pengguna memiliki ekspektasi bahwa aplikasi ini akan mempermudah proses transaksi, mempercepat layanan di SPBU, serta memberikan manfaat nyata melalui sistem pembayaran digital dan program point. Meskipun pengguna memiliki harapan tertentu terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, kenyataan di lapangan seringkali berbeda. Ketika mereka menghadapi kendala seperti sistem yang tidak stabil, proses masuk yang berbelit, serta tahapan verifikasi data yang memerlukan waktu lama, harapan awal tersebut menjadi

sulit terpenuhi. Ketidakselarasan antara ekspektasi dan pengalaman nyata ini akhirnya menurunkan tingkat kepuasan pengguna serta mengurangi minat mereka untuk menggunakan aplikasi secara konsisten di masa mendatang.

Selanjutnya, ketika kepuasan pengguna menurun, dampaknya akan berpengaruh langsung terhadap tingkat keterikatan dan komitmen mereka dalam menggunakan layanan digital tersebut. Dalam hal ini, loyalitas pengguna menjadi faktor kunci yang menentukan berkelanjutan pengguna suatu layanan. Menurut Wardhana (2024), loyalitas terbentuk saat individu secara konsisten memilih kembali suatu produk atau layanan karena pengalaman memuaskan yang mereka rasakan setelah pemakaian sebelumnya. Dalam hal ini, keberhasilan aplikasi MyPertamina tidak hanya diukur dari jumlah transaksi yang dilakukan pengguna, tetapi juga dari sejauh mana pengguna merasa percaya, puas, dan memiliki keterikatan terhadap aplikasi tersebut. Loyalitas pengguna yang kuat mencerminkan keberhasilan strategi digital perusahaan dalam menciptakan pengalaman yang berkelanjutan, efisien, dan bernilai bagi pengguna.

Beragam faktor dapat memengaruhi bagaimana individu menerima dan terus menggunakan sistem teknologi digital. Salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku tersebut adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menegaskan bahwa keputusan seseorang untuk menerima suatu sistem informasi tergantung pada dua faktor, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Kedua aspek ini secara langsung berperan dalam membentuk sikap, niat, serta perilaku pengguna dalam mengadopsi maupun

mempertahankan penggunaan teknologi tersebut. Alasan utama penggunaan teori TAM dalam penelitian ini adalah karena model ini sederhana, empiris, dan telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi di berbagai konteks digital, termasuk pada sektor layanan publik.

Model ini mampu menjelaskan mengapa sistem informasi tertentu diterima atau ditolak oleh pengguna, sebab indikatornya telah terbukti efektif dalam mengukur tingkat penerimaan teknologi. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wu et al. (2025) yang mengidentifikasi bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pengguna. Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi atau sistem dapat dioperasikan tanpa memerlukan banyak upaya atau menghadapi kesulitan berarti. Dengan kata lain, ketika seseorang menilai bahwa sebuah sistem mudah dipahami dan dapat digunakan secara efisien tanpa hambatan yang besar, maka tingkat persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan sistem tersebut akan semakin tinggi. Persepsi ini menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna yang akan berdampak pada loyalitas pengguna. Ketika pengguna menilai bahwa suatu sistem mudah dipahami, diakses, dan dioperasikan, maka akan terbentuk dan berkontribusi pada meningkatnya kepuasan mereka. Sebaliknya, apabila sistem dianggap terlalu rumit atau sering mengalami gangguan teknis, maka tingkat kepuasan pengguna dapat menurun yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya loyalitas konsumen terhadap layanan tersebut.

Penggunaan teknologi dalam penyelenggaraan layanan publik tidak hanya dinilai dari aspek efisiensi dan kemudahan semata, tetapi juga dari kemampuannya dalam mewujudkan kemaslahatan (masalah) bagi masyarakat. Masalah dalam Islam dimaknai sebagai segala sesuatu yang membawa kebaikan, manfaat, dan kesejahteraan serta menghindarkan manusia dari kemudharatan (Harahap, 2025). Prinsip ini menekankan bahwa setiap kebijakan dan inovasi, termasuk penerapan digitalisasi layanan energi melalui aplikasi MyPertamina, seharusnya mampu memberikan manfaat yang nyata dan merata tanpa menimbulkan beban maupun ketidakadilan bagi masyarakat.

Konsep masalah tersebut selaras dengan tujuan pengembangan teknologi yang pada dasarnya ditujukan untuk mempermudah aktivitas manusia. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan dan tidak menghendaki kesulitan bagi hamba-Nya dan menegaskan bahwa setiap bentuk inovasi, termasuk transformasi digital, idealnya dirancang untuk memberikan kemudahan serta manfaat yang berkelanjutan bagi penggunaannya. Hal ini didasarkan pada al-Qur'an surat Al-Baqarah/2:185 sebagai berikut,

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.”

Tafsir Jalalayn menjelaskan bahwa ayat tersebut di atas mengandung makna bahwa hari-hari yang disebutkan dalam ayat ini adalah bulan Ramadhan, yaitu bulan ketika Al-Qur'an diturunkan dari Lauh Mahfuz ke langit pada malam Lailatul Qadar sebagai petunjuk bagi manusia agar terhindar dari kesesatan. Al-Qur'an juga berfungsi sebagai penjelasan yang jelas dan pembeda antara kebenaran dan kebatilan dalam menetapkan hukum yang benar. Ayat ini mewajibkan setiap orang yang berada di bulan Ramadhan untuk berpuasa, sementara mereka yang sakit atau sedang bepergian diberi keringanan untuk membatalkan puasanya dan menggantinya di hari lain sesuai dengan jumlah puasa yang terlewat. Ketentuan ini ditegaskan kembali untuk menekankan bahwa tidak ada penghapusan hukum puasa, sekaligus menunjukkan bahwa Allah SWT menginginkan kemudahan dan tidak menginginkan kesulitan bagi hamba-Nya. Oleh karena itu, umat Islam diperintahkan untuk menunaikan jumlah puasa Ramadhan, memuji Allah atas petunjuk yang telah diberikan-Nya, dan bersyukur atas semua nikmat dan karunia-Nya.

Dalam penerapan aplikasi MyPertamina konsep masalah menjadi landasan penting untuk menilai apakah sistem digital yang digunakan telah benar-benar mempermudah masyarakat, meningkatkan tingkat kepuasan pengguna, serta menciptakannya keadilan dalam penyaluran BBM bersubsidi. Apabila penerapan teknologi justru menimbulkan hambatan, prosedur yang rumit, dan ketidaknyamanan bagi pengguna, maka tujuan kemaslahatan yang diharapkan belum sepenuhnya terwujud.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuralam et al. (2024) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga menekankan pentingnya optimalisasi pengalaman pengguna dalam memperkuat loyalitas pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan penggunaan pada aplikasi MyPertamina, semakin besar pula pengguna dapat merasa puas dan tetap setia menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Manfaat yang dirasakan menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa penerapan teknologi atau sistem tertentu dapat membantu mereka bekerja lebih efektif dan efisien (Davis, 1989). Dengan kata lain, ketika seseorang menilai bahwa penggunaan sistem tersebut dapat memberikan kontribusi nyata dalam menyelesaikan pekerjaan atau tanggung jawab mereka, maka tingkat manfaat atau manfaat sistem tersebut dianggap tinggi.

Persepsi tersebut dirasakan ketika aplikasi MyPertamina membantu pengguna dalam melakukan pembayaran non-tunai, menghemat waktu transaksi di SPBU, mempermudah memesan LPG, serta memperoleh keuntungan dari fitur tambahan seperti poin dan informasi harga BBM terkini. Ketika pengguna merasakan bahwa sistem ini memberikan manfaat yang signifikan, tingkat kepercayaan serta keterikatan mereka terhadap layanan digital Pertamina akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila mereka menilai bahwa manfaat yang diterima tidak sepadan dengan usaha yang dikeluarkan seperti akibat proses verifikasi yang berjalan lambat atau ketidakstabilan sistem, maka persepsi terhadap kegunaan layanan dapat menurun. Hal ini pada akhirnya berdampak negatif terhadap kepuasan dan kesetiaan pengguna. Nuralam et al.

(2024) menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap tingkat kepuasan pengguna, sehingga menekankan bahwa peningkatan pengalaman pengguna menjadi faktor utama dalam memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan yang digunakan. Berdasarkan temuan tersebut, kebermanfaatan aplikasi MyPertamina menjadi salah satu faktor utama yang menentukan efektivitas strategi digital Pertamina dalam membangun kepuasan dan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, ditemukan adanya ketidakkonsistenan hasil empiris yang menimbulkan kesenjangan penelitian (*empirical gap*). Penelitian mengenai persepsi kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna menunjukkan hasil empiris yang belum konsisten, sehingga menimbulkan adanya celah penelitian di bidang ini. Beberapa temuan oleh Kalinić et al. (2021) dan Nuralam et al. (2024) menghasilkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Namun, hasil tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Ugwuanyi et al. (2022), Harianto & Ellyawati (2023), dan Kenyta (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan loyalitas pengguna juga terdapat perbedaan hasil yang bervariasi. Siagian et al. (2022) dan Wu et al. (2025) mendapatkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Namun, Mofokeng (2025) menyimpulkan bahwa tidak

terdapat bukti signifikan yang menunjukkan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna.

Ketidakkonsistenan hasil pada penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor-faktor yang membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna masih memerlukan kajian lebih lanjut, terutama dalam konteks layanan digital publik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat pengguna aplikasi MyPertamina dapat memperkuat teori penerimaan teknologi serta memberikan kontribusi strategi bagi Pertamina dalam meningkatnya efektivitas layanan dan kualitas pengalaman digital penggunanya.

Berdasarkan kesenjangan dan ketidakkonsistenan hasil pada penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Mypertamina di Daerah Khusus Jakarta melalui Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi My Pertamina?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi My Pertamina?

3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina?
4. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina?
6. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna pada aplikasi MyPertamina?
7. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna pada aplikasi MyPertamina?
8. Bagaimana pandangan Islam mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna aplikasi MyPertamina?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut. Berikut tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi My Pertamina.
2. Untuk mengetahui persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi My Pertamina.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi My Pertamina.
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna pada aplikasi MyPertamina.
7. Untuk mengetahui persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna pada aplikasi MyPertamina.
8. Untuk mengetahui pandangan Islam mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna pada aplikasi MyPertamina.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan memperhatikan latar belakang, pertanyaan penelitian, serta tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang mencakup dua aspek kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Praktis

Bagi PT Pertamina (Persero) dan anak perusahaannya, PT. Patra Niaga, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan strategis bagi pengelolaan dan pengembangan aplikasi MyPertamina yang berkelanjutan. Temuan penelitian ini memberikan gambaran mengenai berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan evaluasi

komprehensif dan meningkatkan efektivitas layanan digital perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi dalam merancang sistem inovasi yang lebih adaptif, efisien, dan selaras dengan kebutuhan dan harapan konsumen di era transformasi digital.

2. Manfaat Akademis

Bagi institusi pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan literatur ilmiah dan referensi di bidang manajemen pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan akademisi yang ingin mengkaji lebih lanjut hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan, dan loyalitas pengguna dalam konteks layanan digital publik berbasis aplikasi energi nasional seperti MyPertamina. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pembelajaran dan diskusi ilmiah di lingkungan perguruan tinggi terkait strategi pemasaran digital dan peningkatan kualitas layanan aplikasi.